あしたを、ちがう「まいにち」に。

TOTO

CSR REPORT 2007

TOTOグループ 社会的責任報告書 2007

編集にあたって

TOTOグループは、1991年度から環境保全活動への取り組みを開始し、1998年度より環境報告書を毎年発行してきました。また、本格的にCSR活動がスタートした2004年度より「環境報告書」の名称を「社会・環境報告書」「CSR REPORT」へと発展させ、環境だけでなく社会的活動も含むCSRへの取り組み全般をまとめた、総合的な年次報告書として発行しています。

10冊目の発行となる2007年度の本レポートは、CSRの導入期として活動を進めてきた3年間（2004～2006年度）の仕上げの年の報告となります。しかし、幅広い領域にわたるCSR活動に終わりはなく、これから先も常に未来を見つめた活動を続けていかなければなりません。まだ進歩の途中ですが、本レポートを通じて、未来へ向けたTOTOグループの着実な歩みを感じてください。

対象期間：2006年度（2006年4月1日～2007年3月31日）
※一部対象期間外の情報も掲載しています。
報告範囲：TOTOおよびTOTOグループ会社（詳細は6ページ）
参　　考：GRI「サステナビリティ・リポーティング・ガイドライン」第3版
ガイドライン　環境省「環境報告書ガイドライン」2003年度版
環境省「環境報告書ガイドライン」2007年度版（案）中間報告

発行までのプロセス

本レポートは、ステークホルダーダイアログや、さまざまなコミュニケーション活動を通じて、ステークホルダーの皆さまから頂戴したご意見や評価をもとに作成しています。

- カタカナ、英語表記がわかりにくいという多くのご意見を受けて、本レポートでは、わかりやすい表現を心がけました。
- ステークホルダーの皆さまのご意見の反映状況とその成果を改善プロセスとして示して欲しいとのご要望に応え、本レポートの15～46ページにわたって「活動テーマ」における「2006年度の活動実績」とあわせて「ステークホルダーからのご意見」を掲載し、2006年度の改善状況と「今後の活動テーマ」への反映がわかるようにしました。
- 活動実績をわかりやすく報告するため、指標とその結果をできる限り掲載しています。

誌面をつくる上では、「現場の取り組み」や「現場の声」などを紹介し、より具体的な活動が見えてくるよう工夫しました。

表示について

- 本文中で別ページに詳細情報の掲載がある場合は（　）内に関連ページを示し、ご案内しています。
- 「＊」のついた単語は、同ページ内に用語解説を掲載しています。

主な活用方法と配布先

- ご請求を受けて送付
- 会社案内として配布（株主・お取引先へのご説明など）
- 展示会での配布
- 各種研修での活用
- 社外機関への送付（大学・研究機関など）

過去の報告書

1998年　1999年　2000年　2001年　2002年　2003年　2004年　2005年　2006年　2007年

Contents

TOTO社長メッセージ 3
事業概要 5
主要拠点 6
理念体系 7
未来を拓くTOTOグループのCSR活動 9
2006年度の活動概要 13

2006年度の活動について

CSR経営 15
コーポレート・ガバナンス
リスクマネジメント
コンプライアンス
生活価値を創造し提供していく企業として 19
ユニバーサルデザインの追求 21
エコロジー&エコノミーな暮らしの提案 23
お客様との永続的な「きずな」 25
ステークホルダーとのコミュニケーション 27
お客様の満足のために 29
社員と力をあわせて 31
お取引先とともに 35
株主との信頼関係 37
社会との共生 39
環境への取り組み 43

2006年度サステナブル経営格付の結果 49
発行によせて 50

ホームページのご紹介（詳細は14ページ）

TOTOホームページ内の「CSR（企業の社会的責任）」にて、本レポートを補完するCSR関連の詳細な情報を掲載しておりますので、あわせてご覧ください。過去のレポート（PDFデータ）もご覧いただけます。

http://www.toto.co.jp/company/kankyo/

▲第140期定時株主総会（2006年6月）

グループ報（社内報）で
毎月メッセージを発信▶
（2006年9月）

◀現場訪問・
小倉第二工場
（2007年1月）

◀選抜女子駅伝北九州大会で
本社前のコース沿道から
選手を応援（2007年1月）

▲贈呈式（2007年3月）

「第27回 毎日経済人賞」受賞

優れた経営手腕で産業界に新風を送り、企業の社会・文化活動の推進、国民生活の向上などに貢献したとして、TOTO社長 木瀬照雄が「第27回毎日経済人賞」を受賞しました。特に社会・文化活動を通じて地域社会に貢献、環境問題にも積極的に取り組んでいることが受賞理由で、創業以来のCSR（企業の社会的責任）への取り組みが高く評価されたものと受け止めています。

▲TBM賞（TOTOビジネス・マスターズ賞）の
受賞者を表彰（2006年7月）

▼現場訪問・TOTO近畿販売（2006年11月）

▼現場訪問・小倉第一衛陶工場（2007年1月）

▼TOTOグループ入社式を終えて（2007年4月）

お客様・社会から必要とされる企業であり続けるために未来を見つめたCSR活動を推進

CSRの基礎を築いた3年を経て次のステップへ

当社は2004年度より、TOTOグループ全体へCSR経営を展開していくために、「TOTOグループ経営に関する理念体系」を整備するとともに、「コンプライアンスの徹底」「環境活動の推進」「お取引先へのCSR経営の啓発」を重点課題として活動してきました。

この3年間の活動結果は、NPO法人環境経営学会・環境経営格付機構による「サステナブル経営格付」の結果などを見ても、評価いただけるレベルになったと考えています。しかし、私たちのCSR活動に終わりはありません。CSRという視点で、未来を見つめた活動を推進していくことは、もはや必然であるからです。

いつの時代にあっても変わることのない「社是」

1962（昭和37）年、創業以来の伝統を尊重しつつ、将来にわたって企業活動の基調になるものとして「社是」が制定されました。
「愛業至誠」は、「奉仕の精神でお客様の生活文化の向上に貢献し、一致協力して社会の発展に寄与する」という決意を表す言葉です。

創立90周年を迎え、次の10年後に向けた企業活動を推進

当社は、今年2007年で創立90周年を迎えます。当社のCSRに通じる理念や活動の原点は、創立者が抱いた「国民の生活文化を向上させたい」「健康で文化的な生活を提供したい」という強い信念にあります。この思想は、事業活動を通じて持続可能な社会の発展を目指していくというCSRの考え方と同じ意味であり、私たちは未来永劫、TOTOグループで働くすべての人々に継承していきます。

一方で、中長期的な経営戦略については、社会状況の変化にともなう刷新が必要です。2007年4月からは「2007～2009年度中期経営計画」をスタートし、重点方針として「CSR（Corporate Social Responsibility）経営の強化」と「6つの基本計画の推進」を掲げています。

「CSR経営の強化」では、コンプライアンスの徹底や環境経営の推進など、CSRの根幹を成す活動を根付かせていくとともに、海外グループ会社においても、CSR経営を浸透させることで、当社グループ全体としてグローバルな視点に立ったレベルアップを図っていきます。真のグローバル企業へと飛躍していくためにはCSR経営の強化は欠かせません。

また、「6つの基本計画の推進」においては、大きく飛躍していくための成長戦略として「リモデル計画」「グローバル計画」「オンリーワン計画」を、それを支える基盤づくりのための体質

2007～2009年度　中期経営計画の骨子

CSR経営の強化

グローバルな視点に立ち、
CSR経営のレベルアップを図る。

成長戦略

リモデル	グローバル	オンリーワン
海外のお客様に、水まわりの高級ブランドとして認知していただける商品・サービス提案による感動を、知人・友人に語っていただけるリモデルをご提供する。	海外のお客様に、水まわりの高級ブランドとして認知していただける商品とサービスをご提供する。	生活価値を創造する核となる技術、世界に通用する技術を研究開発し、ご提供する。

6つの基本計画の推進

6つの基本計画：リモデル／グローバル／オンリーワン／チャレンジ／レボリューション／クオリティ

チャレンジ	クオリティ	レボリューション
TOTOグループで働くすべての人々が、持てる力を発揮することができる、いきいきとした職場と社風を実現する。	商品・サービスともに、世界に誇れる品質をご提供できる企業体質を実現する。	安全な仕事環境と、高品質・最適コストを永続的に生み出すことのできる企業体質を実現する。

体質強化戦略

強化戦略として「チャレンジ計画」「クオリティ計画」「レボリューション計画」を位置づけ、それぞれの重点課題に取り組んでいきます。特に、「クオリティ計画」については、いま一度「品質」の原点に立ち、世界に誇れる品質づくりをスタートしていきます。

社員一人ひとりの活動と思いをTOTOブランドに込めて

創立90周年を迎えるにあたり、「東陶機器株式会社」から「TOTO株式会社」へ商号変更し、これにあわせて各グループ会社も「TOTO」を冠した商号に変更しました。これからは、TOTOグループのすべての活動が、「TOTO」ブランドを通じてお客様にダイレクトに伝わっていきます。

また、コーポレートメッセージも、『あしたを、ちがう「まいにち」に。』に変更しました。この新しいコーポレートメッセージ

創立	30周年	60周年	90周年
1917年 5月	1947年 5月	1977年 5月	2007年 5月
第1世代	第2世代	第3世代	第4世代
30年	30年	30年	30年
東洋陶器（株）		1970年 東陶機器（株）へ商号変更	2007年 5月 TOTO（株）へ商号変更

あしたを、ちがう「まいにち」に。
TOTO

まいにちにユニバーサルデザインをTOTO	暮らしながらそっとエコロジーTOTO	サービスをこえるきずなをTOTO
年齢や身体の状況に関わりなく、誰もが安心して快適に使える水まわり商品や空間づくりを目指す。	暮らしながら地球を守ることのできる、環境に配慮した商品開発・技術開発を目指す。	お客様の立場に立ち、お客様の気持ちになってお客様との永続的な信頼関係づくりを目指す。

には、「まいにちにユニバーサルデザインを」「暮らしながらそっとエコロジー」「サービスをこえるきずなを」のミッションのもと、未来へとつながる明日に向かい、期待を超える、かつてない「まいにち」を提案していくことを示しました。

30年を一世代として創立からの歴史を振り返ると、当社の事業活動は各世代ごとに大きな転換期を迎えています。

2007年は第4世代の初年度として、まさに「ギアチェンジする年」です。

CSR経営を通じて、さらに高い領域を目指した企業活動を実践し、TOTOグループは、これからも今まで以上に、生活価値を創造し提供していく活動を通じて、お客様・社会から必要とされる企業であり続けるべく努力してまいります。

TOTO社長　木瀬照雄

事業概要 （2007年 3月現在）

商号	TOTO株式会社（TOTO LTD.）
創立年月日	1917年（大正6年）5月15日
資本金	355億7,900万円
本社所在地	福岡県北九州市小倉北区中島2丁目1-1
従業員数	連結 20,481名　単独 7,721名
TOTOグループおよび関連会社	75社（内、連結子会社56社）
営業品目	

建築用設備機器

■ **レストルーム商品**
衛生陶器（大便器、小便器、洗面器、手洗器など）、
システムトイレ、腰掛便器用シート（ウォシュレットなど）、
水まわりアクセサリーなど

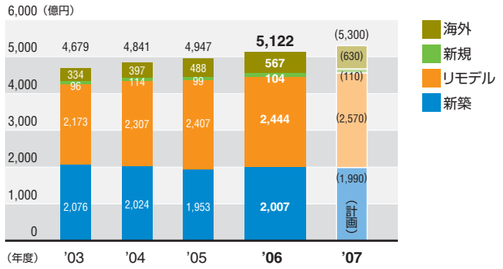
■ **バス・キッチン・洗面商品**
ユニットバスルーム、
水栓金具（各種給水栓、排水金具など）、
給湯機、システムキッチン、洗面化粧台、
マーブライトカウンター、プラスチック・ホーロー浴槽など

■ **その他**
タイル建材、浴室換気暖房乾燥機、福祉機器など

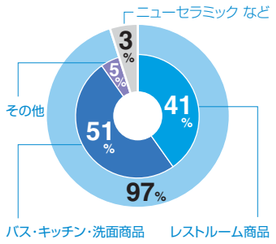
その他

■ **ニューセラミック、生活用品など**

分野別売上高実績と計画

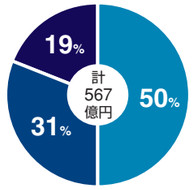


品目別売上高構成（2006年度）



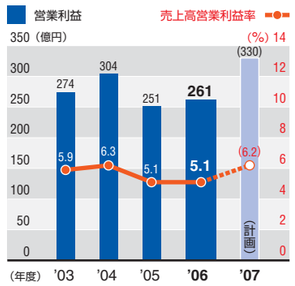
売上高実績 5,122 億円

海外売上高構成（2006年度）

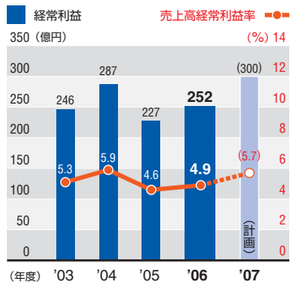


北中米　286 億円
中　国　177 億円
その他　104 億円

営業利益・売上高営業利益率



経常利益・売上高経常利益率



当期純利益・売上高当期純利益率

主要拠点 （2007年 5月現在）

国内主要拠点

TOTO株式会社　（ ）内は拠点数

本社［ 福岡県 ］

工場（8）

茅ヶ崎工場　［神奈川県］
滋賀工場　［ 滋賀県 ］
滋賀第二工場［ 滋賀県 ］
小倉第一工場［ 福岡県 ］
小倉第二工場［ 福岡県 ］
中津工場　［ 大分県 ］
中津第二工場［ 大分県 ］
大分工場　［ 大分県 ］

支社（13）

札幌支社　［ 北海道 ］
東北支社　［ 宮城県 ］
北関東支社［ 埼玉県 ］
東関東支社［ 千葉県 ］
東京支社　［ 東京都 ］
横浜支社　［神奈川県］
信越支社　［ 新潟県 ］
名古屋支社［ 愛知県 ］
北陸支社　［ 石川県 ］
大阪支社　［ 大阪府 ］
四国支社　［ 香川県 ］
中国支社　［ 広島県 ］
九州支社　［ 福岡県 ］

特販本部［ 東京都 ］

リテール販売本部［ 東京都 ］

支店（3）

エリアグループ（105）

ショールーム（106）

テクニカルセンター（6）

国内グループ会社

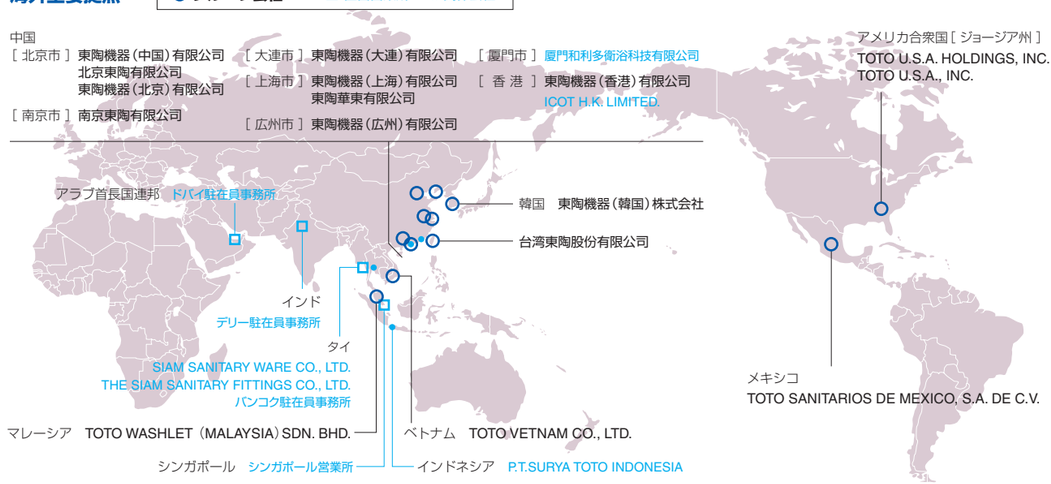
製造
TOTOウォシュレットテクノ株式会社
TOTOエンプラ株式会社
TOTOオキツモコーティングス株式会社
TOTOサニテクノ株式会社
TOTOハイリビング株式会社
TOTOバスクリエイト株式会社
TOTOファインセラミックス株式会社
TOTOプラテック株式会社
TOTOマテリア株式会社
株式会社サンアクアトートー
新西工業株式会社

販売
TOTOアクエア株式会社
TOTOエクセラ株式会社
TOTOエムテック株式会社
TOTOエンジニアリング株式会社
TOTO北海道販売株式会社
TOTO東北販売株式会社
TOTO新潟販売株式会社
TOTO信州販売株式会社
TOTO大阪販売株式会社
TOTO近畿販売株式会社
TOTO四国販売株式会社
TOTO高知販売株式会社
TOTO北部九州販売株式会社
TOTO南九州販売株式会社
セラトレーディング株式会社
株式会社モローズ
株式会社リモデルテクノ
株式会社指兼
中山建材株式会社

サービス・サポート等
TOTOインフォム株式会社
TOTOエキスパート株式会社
TOTOビジネッツ株式会社
TOTOファイナンス株式会社
TOTOフロンティアリサーチ株式会社
TOTOメンテナンス株式会社
TOTOリース株式会社
TOTOロジコム株式会社

海外主要拠点

○ グループ会社　□ 直営営業所　● 関係会社



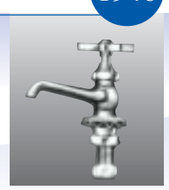
TOTOグループ 事業のあゆみ

1917 衛生陶器の普及に努めた 第1世代 1946

1914年
日本初の
国産陶製腰掛け水洗便器完成
（東洋陶器の前身
日本陶器合名会社内にて）

1917年
北九州市小倉に東洋陶器（株）設立
衛生陶器の製造開始

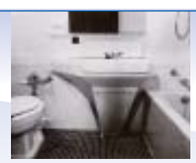
1918年
食器の生産を開始



1946年
水栓金具製造開始

1947 浴室や洗面所など新しい事業分野へ進出した 第2世代 1976

1958年
FRP製浴槽
「トートライトバス」
発売



1959年
広告宣伝活動や
アフターサービスを行う商品部設置

お客様向けパンフレット作成

1963年
ユニットバスルーム工法
開発

1968年
洗面化粧台発売

1969年
商標をTOTOに変更

1970年
東陶機器株式会社に
商号変更

ホーローバスの生産開始
新生浴槽メーカーとして
市場展開

衛生陶器のカラー化

1971年
TOTO銀座パビリオン
オープン

障害者用器具発売

1976年
節水消音便器
「CSシリーズ」発売

水まわり環境と社会の動き

1810年
水洗トイレが
イギリスの都市で
使われ始める

1884年
日本初の下水道が東京でつくられる

1890年
日本で「下水道法」が制定される

1918年
第一次世界大戦
終結（1914年～）

1923年
関東大震災

1927年
東京地下鉄、上野・浅草間開通

1945年
第二次世界大戦終結

1946年
「日本国憲法」公布

1953年
NHKのテレビ放送が始まる

1957年
「水道法」が制定される

1958年
東京タワー完工式（当時世界一の高さ）

1962年
東京都が世界初の1,000万都市となる

1964年
東京オリンピック開催

1970年
大阪で日本万国博覧会開催

1971年
環境庁が設置される

1975年
沖縄国際海洋博覧会開催

理念体系

TOTOグループ企業理念

私たちTOTOグループは、社会の発展に貢献し、
世界の人々から信頼される企業を目指します。

そのために

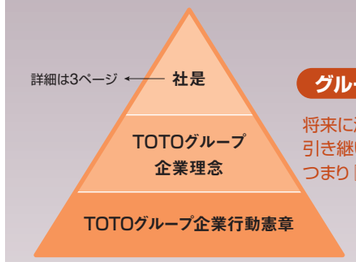
- 水まわりを中心とした、豊かで快適な生活文化を創造します。
- さまざまな提案を通じ、お客様の期待以上の満足を追求します。
- たゆまぬ研究開発により、質の高い商品とサービスを提供します。
- 限りある資源とエネルギーを大切にし、地球環境を守ります。
- 一人ひとりの個性を尊重し、いきいきとした職場を実現します。

TOTOグループ企業行動憲章

TOTOグループは、公正な競争を通じて
利潤を追求するという経済的主体であると同時に、
広く社会にとって有用な存在でありたいと考えています。
この「TOTOグループ企業行動憲章」は、
ステークホルダーの皆様の満足を実現するために、
TOTOグループで働くすべての人々の活動の基本スタンスとするものです。

1 私たちは、お客様満足を追求し、誰にでも使いやすい商品、地球環境に配慮した商品やサービスを提供します。
2 私たちは、人権を尊重し、法令を遵守するとともに、透明で公正な行動で、良識ある企業活動を行います。
3 私たちは、社会とのコミュニケーションをはかり、積極的に企業情報を開示します。
4 私たちは、働くすべての人々の多様性、個性を尊重するとともに、安全で働きやすい環境を確保し、ゆとりと豊かさを実現します。
5 私たちは、地球資源を有効に活用します。
6 私たちは、企業市民として、地域や社会に貢献します。
7 私たちは、反社会的勢力とは断固として対決します。
8 私たちは、国際ルールや法律を遵守し、各国の文化・慣習を尊重することにより、その発展に貢献します。
9 経営トップは、自らの役割として企業倫理の徹底を図ります。
10 経営トップは、本憲章に反するような事態が発生したときには、自らが問題解決にあたります。

TOTOグループ経営に関する理念体系

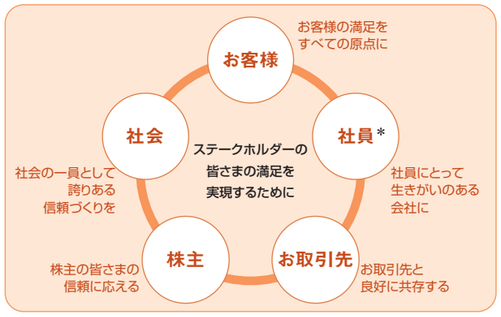


グループ共有理念

将来に渡って
引き継いでいくもの、
つまり『心』

事業活動ビジョン

その時代における
進むべき方向性、
つまり『体の動かし方』



＊TOTOは「TOTOグループで働くすべての人々」を「社員」と定義し、表現しています

CSR導入期（2004〜2006年度）から次のステップへ

2004年度
今、社会が
TOTOグループに
求めているものはなにか？
創業の精神にのっとった
CSR経営が本格的に
スタート。

- CSR推進本部を新設
- コンプライアンス推進委員会を国内48事業所に設置
- CSR委員会を発足
- TOTOグループ企業理念制定
- TOTOグループ企業行動憲章制定
- TOTOグループ方針（9項目）制定

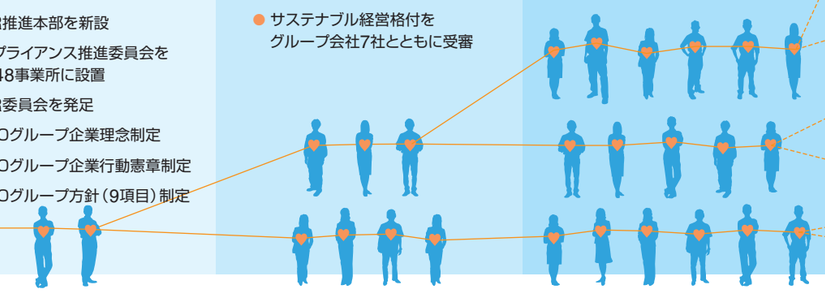
2005年度
全員参加のCSR活動へ。
2004年度に整備された
活動基盤をもとに、
運用、展開、実績化という
次のステップへ。

- 「きらめき推進室」を新設
- 「TOTO水環境基金」設立
- ステークホルダーダイアログを開催
- サステナブル経営格付をグループ会社7社とともに受審

2006年度
CSR経営導入期の
3カ年活動計画最終年は、
次期活動計画の策定を視野に、
海外も含めた全グループ会社に
CSR経営を展開。

- コーポレート・ガバナンスを強化するため内部監査室を新設
- CSR経営の客観性・健全性を高めるため社外取締役を選任
- サステナブル経営格付をグループ受審

2007年度
“10年後のあるべき姿”に向かって、活動をスタート。社会的課題を明らかにして、グループ全体の取り組みを強化中。



ビジョン

“強く・明るく・美しい会社”を目指して

強　く お客様視点に立って、世界のどの会社にも負けない事業体質やブランドをもつ“強い会社”を目指します。

明るく TOTOで働く皆さんが生きがい・やりがいを感じ、お客様とも十分なコミュニケーションが図れる“明るい会社”を目指します。

美しい 高い倫理観をもって、社会から絶対的な支持を受けることができる透明性のある“美しい会社”を目指します。

ミッション

あしたを、ちがう「まいにち」に。

TOTO

1977 「住宅設備機器」へ業容を拡大し業界の新しい流れを築いた 第3世代 2006 2007 第4世代

1977年 インドネシアに海外初の合弁会社設立

1980年 温水洗浄便座「ウォシュレット」発売

初の高齢者配慮商品いたわり浴槽発売

1981年 システムキッチン発売

1985年 「シャンプードレッサー」発売

「ギャラリー・間」開設

1990年 TOTO KIKI USA., INC. 設立

6Lリットル洗浄便器を米国にて発売

1991年 地球環境保全委員会設置

1993年 身体障害者雇用企業「株式会社サンアクアトートー」設立

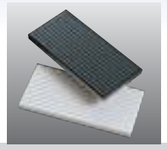
ウォシュレット一体形便器「ネオレストEX」発売

リモデル宣言

1994年 中国に合弁会社設立

1996年 高齢者配慮商品「レプリス商品」発売

1998年 ハイドロテクト技術を開発



1999年 セフィオンテクトを開発（衛生陶器の半永久的防汚技術）

2001年 発電機能付き自動水栓「アクアオートエコ」発売

2002年 UD研究所（北九州市）設立

2003年 リモデル新宣言

2006年 R&Dセンター・UD研究所（茅ヶ崎市）設立

バリアフリー化推進功労者表彰「内閣総理大臣表彰」受賞

2007年 創立90周年

1978年 新東京国際空港開港

1986年 男女雇用機会均等法施行

1989年 3%の消費税導入

1991年 バブル崩壊

育児休業法がつくられる

1992年 PKO（国連平和維持活動）協力法成立

1993年 環境基本法制定

1995年 阪神・淡路大震災

1997年 消費税3%から5%に引き上げ

2002年 EU統一通貨ユーロの現金流通開始

2005年 地球温暖化防止のための京都議定書発効

UD視点の新商品「ネオレストAタイプ」記者発表会
「お掃除ラクラク」「ゆとり空間」といった新商品の価値をお伝えしました。

「グッドデザイン・プレゼンテーション」に出展
「グッドデザイン賞」の審査商品を一般公開するイベント。UD研究所の紹介をはじめ、デザイン性が高く、誰にでも使いやすい商品を空間展示しました。

「キッズニューイヤーEKIDEN2007」特別協賛
陸上競技を通じて、子どもたちのスポーツに親しむ機会が増えることを願っています。

2007年「TOTO水環境基金」3年目の助成団体募集開始
2006年度はホームページ等で募集を行い、全国から89団体の応募がありました。

「TOTO」の名のもとに、一人ひとりが理念を継承し、グループ全体の力で未来につながる活動を進めていきます

活動拠点も事業領域も異なる会社がグループとしてCSR活動を推進していくためには、
社員一人ひとりがCSRの本質を理解することが重要です。
CSR委員会を構成する12部会の代表者の声を通して、「TOTOグループがこれから何をしていくのか」を
社外のステークホルダーの皆さまにわかりやすくお伝えするとともに、社員は「これから何をすべきか」を明確にすることで、
お客様・社会から必要とされる企業であり続けるための未来像を共有し、「TOTO」の名のもとに全員参加の活動を推進していきます。

TOTOグループは、2004年にCSR経営を宣言し、活動をスタートしています。2007年に創立90周年を迎えるということもあり、2006年度はひとつの区切りの年度と考えて取り組みを行いました。重点テーマとして、重大なコンプライアンス違反ゼロを目指す「コンプライアンスの徹底」、地球温暖化防止活動を中心とした「環境活動の推進」、お取引先のCSR経営を支援し、共生を推進する「お取引先へのCSR経営の啓発」に取り組み、これらを海外も含めた全グループ会社に展開しました。今後は、これまでに築いた基盤をより強固にしていくとともに、活動のレベルをより一層高めていくことによって、CSR経営を推進します。

CSR担当役員　小野 久雄

すべてはお客様満足のために お客様の「声」を活動の原点として

お客様満足部会

お客様満足部会は「すべてはお客様満足のために」というTOTOの原点に基づき、お客様に期待以上の満足をいただけるよう、取り組みを続けています。

TOTOの商品は「まいにち、みんなが必ず使うもの」ばかりです。だからこそ、多くのお客様に満足していただくためには、一人ひとりの声に耳を傾け、適切な対応を素早く行うことが大切だと考えています。新しいご提案をするリモデルクラブ店やショールーム、商品を長く利用していただくためのメンテナンス、相談窓口であるお客様相談センターなど、すべての業務を通じて、お客様のより快適な暮らしをサポートしていく「よき相談役」となり、より多くのお客様との「きずな」を築いていきたいと思っています。

中村 均

サプライヤーとともに向上していくこと そして「持続可能な原料調達」に向けて

サプライチェーンマネジメント部会

お客様へ商品・サービスをご提供するTOTOグループにとって、開発から販売に至る一連の業務のつながりの中で、CSR活動を徹底し、実践していくことは、最重要課題のひとつです。
サプライチェーンマネジメント部会では、サプライヤーとともに向上していくことが重要だと考えております。具体的な施策としては、サプライヤーCSR説明会やダイアログなどの積極的な開催、サプライヤーの取り組みに関する定期的な評価、モニタリングを行っています。

また、今後はこれを一歩進め「海外製造拠点のCSR調達強化」と「持続可能な原料調達」を重点課題としたCSR活動を推進していきます。

広瀬 正文

TOTOグループで働くすべての人が イキイキと活躍するために

人事マネジメント部会

TOTOグループが、お客様・社会から必要とされる企業であり続けるためには、そこで働くすべての人々が、互いの個性・多様性を尊重し、持てる力を最大限発揮できることが重要であると考えています。そのために、人事マネジメント部会では、「就業の継続性確保」「機会均等の徹底」「ワーク・ライフ・バランス（仕事と家庭生活の調和）」「安全で健康的な職場環境の実現」をテーマに掲げて、継続的な取り組みを行っています。
TOTOグループで働くすべての人々が「この会社で働き続けたい」と望むように、また働くすべての人々は会社から「働き続けてほしい」と望まれるように、会社と社員が互いに努力して、イキイキとした職場と社風の実現を目指していきます。

平野 氏貞

持続可能な共生を目指して 社員参加による未来へつながる活動を

社会貢献・地域共生部会

社会貢献・地域共生部会は、社会の一員としてNPO・市民団体などステークホルダーの皆さまとともに、地域社会の活性化や発展に寄与する貢献活動を推進しています。TOTOグループは“創りだそう！水と暮らしの新しい文化”をテーマに、「TOTO水環境基金」により、市民の取り組みを支援しています。2006年度にはグループ社員が各団体のイベントへボランティアとして参加するなど、活動の幅を広げました。2007年度は創立90周年記念事業として、規模の拡大等を行うとともに、社員全員が参加できる未来へつながる活動として、社員一人ひとりが拾った「どんぐり」を自ら育てて植林を行う「TOTOどんぐりの森づくり活動」を開始しています。

狩生 信安

新人ショールームアドバイザー導入研修
言葉使いや身のこなし、挨拶のしかた、笑顔の効用など
接客のイロハを徹底的に学びます。

経営トップによるグループ会社訪問
熊本市のTOTO南九州販売を訪れたTOTO社長 木瀬。

職場単位で実施された
CSR・コンプライアンスを話し合う会
コミュニケーションを深め、意識を高め合う
小グループの研修を実施しています。

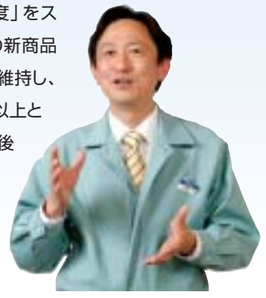
セールス担当社員で結成された「お掃除隊」
「地域のお客様に少しでも近づきたい」との思いから、
大田ショールーム前の公道を、毎朝掃除しています。
小さなことでも、自ら考え行動できる社員が育っています。

TOTOどんぐりの森づくり
自分たちの手で立派な苗木になるまで育てます。

暮らしの中でのCO2削減を目指し エコ商品の価値を伝えたい

商品開発環境部会

まいにち使う水まわり商品の環境負荷は、製造時よりも実際にお客様のもとでお使いいただく時のほうがはるかに大きいものとなっています。そこで商品開発環境部会では環境配慮商品の開発を推進すべく、1998年から独自の厳しい製品環境アセスメントに基づいた「TOTOエコ商品認定制度」をスタートさせました。その結果、毎年の新商品におけるエコ商品比率は90%以上を維持し、売上高に占めるエコ商品比率も60%以上となり、年々確実に向上しています。今後も地球環境にやさしい省エネ商品を開発し普及を促進することで、CO_2削減への貢献を目指します。



岡　徹

省エネ対策への高まる期待を達成し 循環型社会の形成へ向けて

包装・物流環境部会

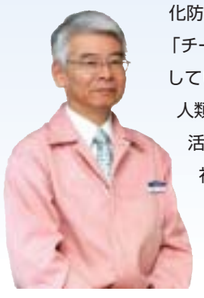
近年では国内における省エネ法の改正・施行によって、物流での省エネ対策がますます重要となってきました。TOTOグループでは地球温暖化の原因といわれるCO_2の排出量削減や省エネを目的とした「輸送燃料の削減」、建築現場での廃棄物削減を目的とし、3R（リデュース、リユース、リサイクル）の原則に基づいた「包装材料の削減」に取り組んでいます。さらに廃棄物の減量化と再生処理の円滑化を目的とした取り組みも積極的に行っていきたいと思います。

酒井 省二

社員一人ひとりが身近な活動として 地球温暖化防止に取り組む

エネルギー対策部会

今まで「省エネ」＝「製造部門の活動」という感じが拭えず、全社的な取り組みとしては限界を感じていました。しかしCSR活動を推進するにあたり、全社員が参加できるきっかけであることを確信しました。そこでエネルギー対策部会では目標を「地球温暖化防止」、指標を「CO_2排出量の削減」とし、「チーム・マイナス6%」に全社を挙げて参画しています。現在は「地球温暖化防止は全人類の課題」という意識のもと、社員全員で活動できていると実感しています。今後も社員一人ひとりが身近な活動として捉え、活動のフィールドがますます広がっていくよう進めていきたいと思います。



村川 和男

地域の皆さまからの信頼を得る 安全・安心な社会づくり

環境保全部会

TOTOグループでは2007年度から「第6次地球環境保全行動計画」への取り組みが始まり、新たな目標を設定しています。環境保全部会は安全・安心な社会に向け、国内外の各事業所における環境リスクを限りなくゼロに近づけるよう取り組んできました。これからもCO_2の削減、廃棄物の削減および法規制よりさらに厳しい自主管理基準を設けた日常管理の徹底など、各事業所で実施している環境保全活動を積極的に情報公開していき、地域の皆さまの安全と安心につながる活動を継続していきます。

内田 照雄

全社員一体となった TOTOグループ企業理念の実現

グループマネジメント部会

「CSR経営＝TOTOグループ企業理念の実践」を実際の事業活動の中で活かすために、2006年度は社外取締役制度を導入するなど、コーポレート・ガバナンスの強化を図るとともに、内部監査室の設置やTOTOグループ標準の制定など、内部統制システムの構築を進めてきました。2007年度は、金融商品取引法（日本版SOX法）に関わる内部統制の仕組みを整備していきます。グループマネジメント部会では今後も引き続き“TOTOグループ企業理念”の国内外への浸透を推進するとともに、CSR経営を支えるさまざまな制度・基盤整備に取り組んでいきます。

喜多村 円

リスク管理徹底と社会共存で メーカーとしての責任を果たす

リスクマネジメント部会

リスク管理への取り組み如何が企業の存続にかかわってくるといっても過言ではありません。TOTOグループでは災害や事故など企業を取り巻くリスクを認識した上で、シミュレーション実施などによって、危機の未然防止や万が一発生した場合の損害の極小化に取り組んでいます。今後は、これをさらに進めてメーカーとしての供給責任を果たすため、危機発生時にも事業を継続できる体制づくりを進めていきます。

狩生 信安

コンプライアンスの基本は 相手の立場になって考えること

コンプライアンス部会

コンプライアンスとは「法さえ守っていれば何をやってもいい」ということではありません。企業のコンプライアンスは、グローバル性、自主性および倫理面にも配慮したものでなければなりません。そのためには、一人ひとりが相手の立場になって考えることが基本ではないでしょうか。「法令を守る」「マナーを守る」ことが結果として自らの安全を守ることになるという原則を、国内外を問わずTOTOグループ全体で理解していきたいと思います。そして社員一人ひとりがコンプライアンス意識を向上させ、相互の信頼関係を構築していくことで、企業価値を高めていきます。

大和 修

積極的な対話を通じた 皆さまと企業との相互発展を実現

コミュニケーション部会

私たちは、豊かで快適な生活文化の向上のため、お客様をはじめステークホルダーの皆さまにご満足いただけるコミュニケーションに努めています。
お客様に期待以上の商品やサービスを提案するなど直接的な取り組みはもちろん、TOTOグループでは海外や国内の事業所、開発現場などでの一般の方の目に触れる機会の少ない企業活動や社会貢献活動などをわかりやすくお伝えし、ステークホルダーの皆さまとともに発展していけるように相互理解を深めていきます。また、こうしたコミュニケーションの機会を通じ、皆さまの思いを受け取り、企業活動に活かしていきます。

中里 晋一郎

http://www.toto.co.jp/company/reports/

活動区分		掲載ページ	活動テーマ	活動実績	「TOTOホームページ」よりご覧いただける詳細情報
CSR経営	コーポレート・ガバナンス	15~16	日本版SOX法対応の検討	対応チームの編成完了、モデル部門での必要文書の整備推進	● コーポレート・ガバナンス報告書（PDFデータ）
			ガバナンス・内部統制の強化	社外取締役2人選任、内部監査室の本格始動	
			グループ標準・会社別標準の整備	品質関連の規定をグループ標準化	
	リスクマネジメント	17	リスクシミュレーションの実施	想定されるリスクの範囲を拡大	
	コンプライアンス	18	グループ全社員へのコンプライアンス意識の浸透	グループ全社員対象の意識調査を継続実施	
				職場内研修会およびeラーニング研修の実施	♥ 重要なお知らせ 公正取引委員会からの勧告
			スピーク・アップ全通報案件への継続的対応	スピーク・アップ対応	
			海外グループ会社における社員研修の計画・実施	海外向け社員教育資料の作成	
生活価値を創造し提供していく企業として	● ユニバーサルデザインの追求	21~22	“ものづくり”の推進	ユニバーサルデザイン商品化率：43%	● UD研究所 ● TOTOのユニバーサルデザイン
			“人づくり”の推進	階層別ユニバーサルデザイン研修の実施	
			“基盤づくり”の推進	ユニバーサルデザイン情報の社内発信機能を構築	● エコ商品 ● リモデルエコチェッカー
	● エコロジー&エコノミーな暮らしの提案	23~24	エコ（環境配慮型）商品の開発・普及推進	エコ商品開発比率：97%、エコ商品売上比率：67%	● TOTOテクニカルセンター
			製品環境性能の向上	J-Moss（日本版RoHS）対応のグリーンマーク表示製品を出荷	● ショールーム ● リモデルクラブ店（リモデル.jp）
	● お客様との永続的な「きずな」	25~26	お客様視点でのサービス向上の継続	お客様評価に基づく接客品質の向上	● TOTOのアフターサポート（TOTOメンテナンス・お客様相談センター・パーツセンター・水彩ショップ）
			お問い合わせ窓口におけるお客様対応の強化	コールセンターでのお客様対応の強化	
ステークホルダーとのコミュニケーション	コミュニケーション	27~28	CSRコミュニケーションの推進・強化	CSRレポートのダイジェスト版「TOTOのあゆみ」をショールームご来店のお客様およびグループ全社員へ配布	● ステークホルダーダイアログ（CSR・環境）
			グループ内コミュニケーションの推進	グループ報・イントラネットを使った情報の積極発信	● 過去の「環境報告書・CSR REPORT」
			多様なステークホルダーとの対話の推進	ステークホルダーダイアログの開催拠点の拡大	
お客様の満足のために	CS（お客様満足）活動	29~30	お客様重視の風土醸成の継続	CSホームページ（イントラネット）による「お客様の声」発信	
			商品品質の更なる向上の継続	商品別の「お客様情報検討会議」の実施	♥ 重要なお知らせ 温水洗浄便座一体形便器の点検・修理の実施について
社員と力をあわせて	人事マネジメント	31~33	仕事と家庭生活の調和	多様な勤務制度の試行開始	
			キャリア形成の支援	「キャリア申告制度」のフォロー	
			「きらめき活動」を中心とする女性の活躍推進	業務のあり方、流れの見直しと、女性参画の検討	● 身障者雇用
			就業の継続性の確保	再雇用制度による中高年齢者の活用促進	● 活動管理体制
				教育体制の継続的な整備による人材育成の促進	♥ 重要なお知らせ TOTO製品における石綿（アスベスト）の使用状況について
	労働安全衛生	34	社員の健康管理	TOTO本社に「ヘルスケアセンター」開設	
			良好な作業環境の維持・向上	喫煙対策基準の周知徹底	
			労働災害の撲滅	国内工場・製造グループでの「安全衛生チェック」実施	
お取引先とともに	CSR調達	35~36	お取引先へのCSR経営の啓発	CSRアンケート・ヒアリング実施、サプライヤー・ダイアログ開催	● E-サプライヤー診断書（PDFデータ）
			お取引先との信頼関係の強化	「TOTOグループヘルプライン」でサプライヤーの通報受付開始	● 取引先選定基準
			海外グループ会社でのCSR調達の推進	アジア地区より展開がスタート	● ビジネスパートナーの皆さまへ
株主との信頼関係	IR活動	37~38	決算・年度方針等の迅速な情報開示	決算発表会の早期実施	
			海外IR活動の推進	日本における海外IR向け会社説明会の実施	● 中期経営計画（2007～2009年度）
			相互理解の深化	株主アンケートの実施	● 投資家向け情報
社会との共生	社会貢献活動	39~42	「TOTO水環境基金」を通じた社会貢献活動の推進	2006年度「TOTO水環境基金」の推進	● TOTO水環境基金 ● 学校のトイレ研究会
			社会貢献活動の社内啓発および支援体制の確立	グループ社員の社会貢献活動参加の推進	● TOTOエコキッズ ● TOTOエコクラブ
			社会貢献活動の社外への情報発信	ホームページにおける「社会貢献」コンテンツの充実	● ギャラリー・間 ● TOTO出版 ● TOTO歴史資料館
環境への取り組み	エネルギー	43~44	CO_2排出量の抑制とエネルギー効率利用の推進	生産拠点での燃料転換・省エネによるCO_2排出量削減	● ISO 14001認証継続状況
			オフィスの省エネ活動推進	TOTOグループ全オフィスにて省エネを徹底	● 環境会計
	汚染予防	48	公害関連法規制の遵守	法令違反、事故および苦情の発生件数：0件	● エネルギー削減効果
			PRTR法による指定化学物質の排出量削減	化学物質の排出量：18%削減（2004年度比）	● 最終廃棄量の削減
	物流のエコ活動	45~48	包装材料の削減	包装材料の削減：10.7%（2000年度比）	● 輸送燃料の削減
			輸送燃料の削減	輸送燃料の削減：9.2%（2000年度比）	● グリーン調達・購入の考え方と取り組み ● グリーン購入基準書（PDFデータ）
	排出物削減	46~48	排出物の減量化・再資源化推進	工場排出物の減量化：8.7%増（2002年度比）	● ダイオキシン類対策
				工場排出物の再資源化：99.96%	● 法規制項目各サイトデータ
	使用済み製品	46	使用済み製品の回収・処理システムの研究	茅ヶ崎工場のウォシュレットリサイクル試行	♥ 重要なお知らせ 土壌汚染対策（茅ヶ崎工場の土壌・地下水の浄化状況）

CSR経営

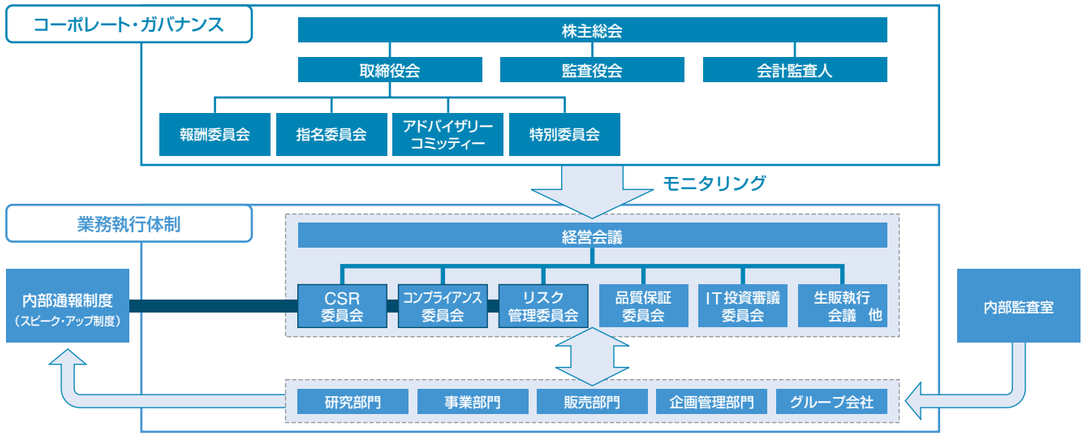
コーポレート・ガバナンス

経営の客観性・透明性を高める体制を整えています

内部監査体制を強化するため、2006年度から社長直結の「内部監査室」を新設しました。TOTOグループのさまざまな活動が法令や企業理念、方針・規定に基づき、効率的・効果的に実行されているか監督するとともに、公正かつ客観的に評価することで是正・改善の支援を行っています。また経営の客観性を高めるため2人の社外取締役を選任しました。業界内の常識や狭い視野にとらわれず、新しい見方や広い視野による判断を仰ぐことで、より公正で透明性の高い企業経営を行います。

さらに企業価値を損なうリスクを低減するため「株式の大量買付行為に関する対応方針（買収防衛策）」を導入しました。当方針はTOTO株式の大量買付行為が発生した際に、十分な情報が適切に公開されるためのルールを定めたもので、株主の皆さまの利益保護を目的としています。

TOTOグループマネジメント体制（2007年4月改訂）



●取締役会・監査役会・会計監査人を設置し、法令および定款に適合した業務執行の決定および職務執行を行います。また、意思決定を迅速に行い、経営責任を明確にするために「執行役員制度」を導入しています。

●社外の有識者に経営全般に関する助言をいただく「アドバイザリーコミッティー」を設置するとともに、役員報酬の決定、取締役の選任・解任についての客観性・透明性を保つために、社外の有識者と社内取締役で構成する「報酬委員会」と、代表取締役で構成する「指名委員会」を設置しています。

●社長を委員長とする「コンプライアンス委員会」と「リスク管理委員会」を設置しています。2006年度は重要な経営事項を担うこの2つの委員会を格上げし、グループ全体のコーポレート・ガバナンスを強化しました。

●より高い内部統制システムを確立するため、執行部門から独立した「内部監査室」を設置し、グループ全体の内部監査の充実を図っています。

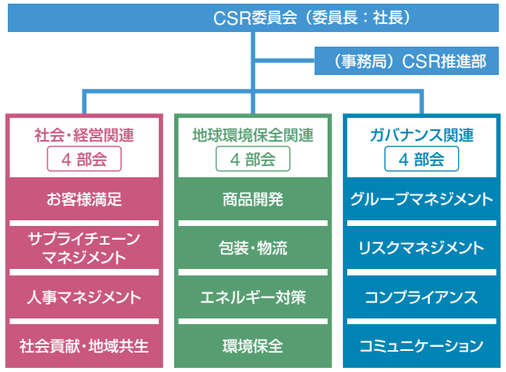
●職場でのコンプライアンスに関わる問題を察知した社員が、組織を通じて解決することが難しい場合、直接コンプライアンス委員会事務局に情報連絡して問題を解決し予防するための内部通報制度「スピーク・アップ制度」を運用しています。

CSR委員会を中心に体系的活動を継続

グループ経営を意識し、国内外の連携を深めています

TOTOグループ全体としてCSRの徹底を図るため、2004年度より社長を委員長とするCSR委員会の下に16の専門部会を組織し、推進部門やグループ会社での活動状況を審議してきました。CSR導入期を終え、各専門部会の機能が充実してきた2007年度は組織的・体系的に企業活動の総点検を進める中、体制のスリム化を図り、CSR委員会を12部会に整理しました。今後は、グループ経営を強く意識しながら国内外の連携を深め、グローバルに社会的責任を担える企業としての体制確立を目指していきます。

CSR委員会の推進体制



2007～2009年度のCSR重点方針と課題

重点方針

CSR経営の強化

グローバルな視点に立ち、CSR経営のレベルアップを図る。

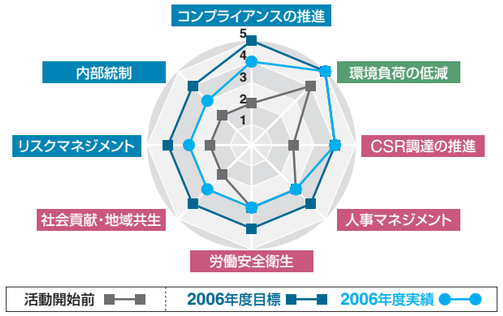
重点課題

- 事業におけるCSR経営の実践
- 環境経営の推進
- コンプライアンスの徹底

CSR経営を全グループ会社へ展開

各社のレベルにあった目標の設定と計画の推進

グループ会社の活動評価（例）



2004～2006年度をCSR導入期と位置づけて、CSR活動に取り組んできました。2005年度は主要なグループ会社においてCSR活動を開始し、事業内容や規模を考慮した推進要項を構築しました。この結果を踏まえ、2006年度は海外も含めたすべてのグループ会社へCSR活動を展開しました。2006年度の重点テーマ「コンプライアンスの推進」「環境負荷の低減」「CSR調達の推進」に加え、「人事マネジメント」「労働安全衛生」「社会貢献・地域共生」「リスクマネジメント」「内部統制」の8項目について事前に会社別にレベル評価を行ったうえで目標を設定し、計画に沿った活動を推進しました。目標達成に至らなかった項目は、継続的な改善に向けて、2007年度からの活動計画に反映させていきます。

海外グループ会社への展開

英語、中国語、台湾語版のCSR教育資料を作成

2006年度の活動方針に基づき、各国の実情にあわせた研修プログラムの作成・実施を進め、海外グループ各社の活動計画立案が完了しました。さらに、英語、中国語、台湾語の教育資料も完成し、国際事業部と海外事業所が連携してCSR定着に向けた社員研修の強化に取り組んでいます。

台湾語　中国語　英語

活動テーマ	2006年度 活動実績
日本版SOX法対応の検討	●対応チームの編成完了 ●モデル部門で必要な文書の整備を推進
ガバナンス・内部統制の強化	●株主総会にて社外取締役を2人選任 ●内部監査室の設置と TOTOおよびグループ会社監査役との連携体制の構築
グループ標準・会社別標準の整備	●品質関連の規定をグループ標準化 ●グループ会社における会社別標準の作成を支援

ステークホルダーからのご意見

- 一般のお客様より　刻々と変化していく社会情勢に対し、どのカテゴリーのステークホルダーの声が大きくなっているかを目で耳で察知できる姿勢を持ち続けることこそがCSR活動の狙いだと考える
- お取引先企業社員より　言葉として社会規範、倫理規範は理解できるものの、行動の基準としては具体性に欠ける。明快化して規範をつくる必要があると思う

今後の活動テーマ

1 日本版SOX法への対応を推進
2 TOTOグループ企業理念の浸透と定着を図る
3 グループ標準・会社別標準の整備を推進

TOTOグループリスクマネジメント方針

TOTOグループは、
企業の社会的責任を果たし社会的信用を確保するため、
経営方針の実現を阻害する全ての要因を限りなく排除します。
万一の事態発生に際しては、さまざまなステークホルダーへの
影響を極力小さくするよう最大限の努力を行い、
再発防止策を適切に構築し関係者の信頼回復に努めます。

リスクマネジメント

管理体制を整備し、まず何よりも未然防止に努めています

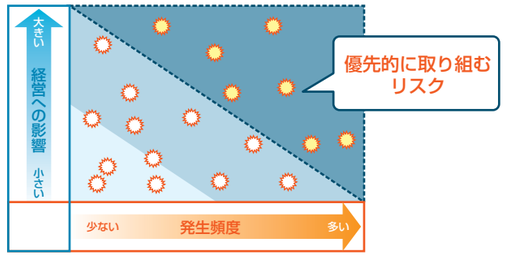
グローバル化やIT化など社会の複雑化により今までに増して企業が多様なリスクにさらされるようになる中、TOTOグループはお客様や社会の信頼に応え、安定した事業活動を行うため、リスクマネジメントに取り組んでいます。
2005年度には社長を委員長とする「リスク管理委員会」を設置し、リスクマネジメントグループを発足。それまで各部門単体で活動していたリスク管理活動を統合しました。現在は重要リスクごとに専門部署（リスク管理統括部門）を任命し、未然防止のための仕組みづくりや、発生した危機の早期解決・損害の極小化、再発防止のためのマニュアル見直しや社員への教育・啓発などを行い、リスク回避のための有益な手法を全社展開しています。またeラーニングやシミュレーションを実施してグループ社員一人ひとりに危機管理意識・能力の向上を促進しています。

危機を想定したシミュレーションの実施

社員一人ひとりに危機管理意識・能力を促す活動を展開中

TOTOグループを取り巻くリスクについて、認識・評価を行い、優先的に取り組むリスクについては、国内のみならず海外でも危機発生時にどのような対応をすべきかシミュレーションを行っています。

リスクマップ

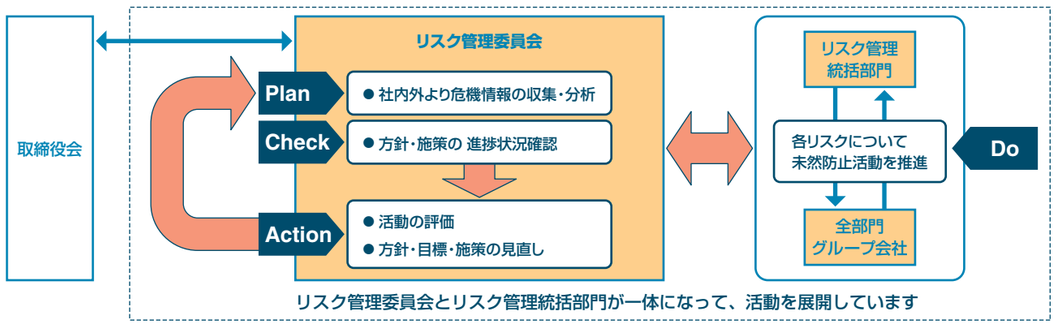


2005年2月から2007年3月までに開催したシミュレーションは国内外のグループあわせて26回。災害や事故発生時は人命確保が最優先ですが、近年は事業の継続・建て直しに重点を置いたシミュレーションにも取り組んでいます。
2007年度末までに、国内の全工場で災害を想定したシミュレーションを計画し、災害時の被害をできるだけ小さくする活動を展開しています。

2006年度に実施した主なシミュレーションのテーマ

◎ 商品による重大事故発生	◎ 工場火災発生
◎ 設備の不具合による人身事故発生	◎ 大規模地震発生

リスク管理の活動サイクル



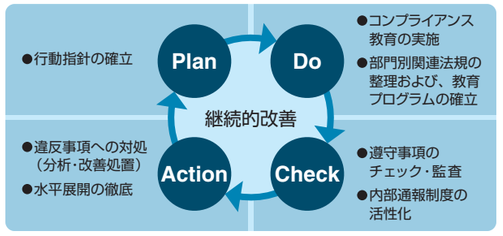
TOTOグループコンプライアンス方針

TOTOグループは、あらゆる企業活動において
法令や社会的ルール等を遵守し、
公正・透明な行動でお客様の満足を目指します。

全社員へのコンプライアンス意識の浸透

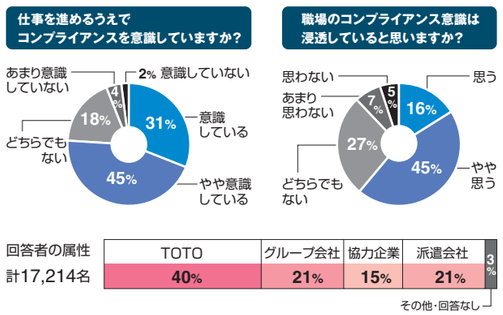
更なる意識浸透を図り、継続的改善につなげていきます

コンプライアンス推進のPDCAサイクル図



2006年度はPDCAサイクルに沿ってコンプライアンス意識の浸透（継続）、スピーク・アップ全通報案件に対する改善、海外グループ会社における社員研修の計画・実施を行い、TOTOグループで働くすべての人々に更なる意識の浸透を図ってきました。2004年度から実施しているコンプライアンス意識調査の対象者も年々拡大し、グループ全体の認知・個人の意識・職場の意識はいずれも向上しています。今後は、グループ社員数の増加や雇用形態の複雑化に対応した改善を図り、引き続き「重大なコンプライアンス違反ゼロ」に向けた取り組みを推進していきます。

コンプライアンス意識調査結果（2006年9月実施）



職場内研修の強化

社員の意識や理解度を向上させるための取り組み

社員一人ひとりのコンプライアンス意識を向上させ、違法・不法行為の未然防止と法令管理の徹底を図るため職場内研修を継続的に行っています。2006年度は、CSRレポートのダイジェスト版「TOTOのあゆみ」や「コンプライアンスの手引き（2005年発行）」を活用し、職場ごとに自部門に関わるテーマに沿って、話し合いが行われました。また、関係法令や違反事例を中心に構成されたeラーニングの研修・テストは、全社員の96%が完了しています。海外事業所では、各国の実情にあわせた研修プログラムが完成し、各国語に翻訳された教材（→ 16ページ）を活用した研修が進められています。
こうした取り組みの成果もあり、職場でのコンプライアンス意識は年々向上していますが、今後も、社員の声を活かした教材の提供など、それぞれの職場環境に適したより効果的な研修のあり方を検討していきます。

海外事業所でのCSR教育

CSRは中国語の「誠信」という言葉で表現できます

TOTO北京のCSR教育を担う女性たち

TOTO北京では2005年から購買課や生産購買課などの課長4人を中心にCSR活動を始め、2006年8月にCSR推進委員会を組織化しました。TOTO本社の国際事業部と連携しながら、調達から生産・販売・物流の業務の流れを最適に管理するサプライチェーンマネジメントに取りかかり、現在はコンプライアンスの徹底やサプライヤーへのCSR活動支援、社員の福利厚生、社会貢献、環境保全活動などへ拡大しています。
社内においては、工場内での5S（整理・整頓・清掃・清潔・躾）を徹底させるため、毎月1回チェックを行い、各課の評価に取り入れています。また新入社員に対しても、CSR教育を定期的に実施しています。CSRの理念は中国語の「誠信」という言葉で表現されるように中国独自の文化的背景を踏まえ、身近な具体例を挙げ、理解の得やすい部分から話をするよう心がけています。

写真左から　購買課 課長 **張東友**　生産購買課 課長 **謝運芳**
製造部 部長 兼 施釉焼成課 課長 **趙一卓**　ISO・CSR推進課 課長 **謝暁紅**

活動テーマ	2006年度 活動実績
リスクシミュレーションの実施	● 想定されるリスクの範囲を拡大
グループ全社員へのコンプライアンス意識の浸透	● 職場内研修会およびeラーニング研修の実施 ● グループ全社員対象の意識調査を継続実施
スピーク・アップ全通報案件への継続的対応	● 「TOTOグループヘルプライン」でサプライヤーの通報受付開始（→ 35ページ） ● スピーク・アップ対応：55件
海外グループ会社における社員研修の計画・実施	● 海外グループ会社向け社員教育資料の作成（→ 16ページ）

ステークホルダーからのご意見

- グループ会社社員より　社会的モラルが低下している現在、コンプライアンスについての勉強は不可欠。自分の仕事の誇りと責任を持てる心を養う教育実践が大切だと思う
- TOTO社員より　小グループでの活動を活性化させなければ浸透しないと思う
- 協力企業社員より　皆が積極的に参加し、意識を高め合うことが、自分自身のためであることを理解させるべきだと思う

今後の活動テーマ

1 全部門、グループ会社における計画的なリスク管理活動の推進
2 BCP（事業継続計画）の策定

1 コンプライアンス事業所別委員会の活性化
2 関連部門との連携による問題対応後のフォローを強化
3 海外各グループ会社の実情にあわせた研修内容の検討と継続的な推進

生活価値を創造し
提供していく企業として

日本にまだ下水道が整備されていない時代、衛生陶器の普及を通じて「国民一人ひとりの生活文化を向上させたい」そんな思いから、TOTOグループの企業活動はスタートしました。以来、健康で快適な生活環境の提案により、社会の発展に寄与することが、TOTOの使命と考えてきました。時代は変化しても、「まいにち」に取り組む企業としての考えに変わりはありません。世界中のあらゆる人が、ずっと快適に暮らせる社会であるために、ユニバーサルデザイン、エコロジーは、重要なテーマの一つです。そして、まいにちの中でお客様とのきずなを深め、真にご満足いただける提案を続けていく。つねに「社会にとって価値あるものかどうか」という視点で、「TOTOグループにしかできない」社会的責任を果たしてまいります。

まいにちに ユニバーサル デザインを TOTO

年齢や身体の状況に関わりなく、
誰もが安心して快適に使える
水まわり商品や
空間づくりを目指す。

まいにちの暮らしの中で、お子さまからお年寄りまで家族みんなに、不便や不快を与えずに、楽で安全で、快適な商品・空間をお届けしたい。そのために、専門の「UD研究所」を拠点に本当の使いやすさを研究・検証し、ユニバーサルデザイン5原則に則したものづくりを実践しています。

TOTOのユニバーサルデザイン5原則

ユニバーサルデザインの追求 P 21

姿勢・動作が楽

姿勢や体の動きに無理がなく、
長時間でも疲れないこと。

わかりやすく簡単な操作

操作スイッチの場所や機能の違いが
わかりやすく、操作の手順がすぐにわかり、
操作そのものも軽い力でできたり、
操作が簡単なこと。

使用者の違い・変化に対応

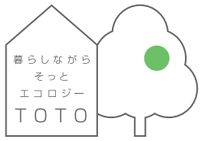
あとから機能が追加できたり、
使用者の違いなど、
変化に柔軟に対応できること。

快適

身体に有害なものが無いことは
もちろんのこと、生理的な
不快感がなく、温度や明るさなど
身体への負担が少ないこと。

安全

事故が起きない配慮が
されていること。



暮らしながら地球を守る
ことのできる、
環境に配慮した
商品開発・技術開発を目指す。

まいにちまいにち快適に使っていただきながら、限りある資源とエネルギーを大切に、知らず知らずのうちに地球環境を守れる質の高い商品とサービスを生み出していくために、あらゆる観点から技術の開発を続けています。そして、お客様のこれからの暮らしを豊かにする積極的な提案を行っていきます。

TOTOエコ商品開発の3つのポイント

エコロジー&エコノミーな暮らしの提案 P 23

省エネ・節水

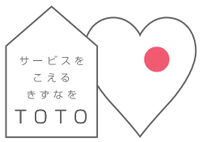
水を節水、電気を節電、ガスを省エネして、
地球の資源を守る。
水道代など家計も節約できる。

クリーン

シックハウス症候群や環境汚染の原因になる物質を
商品から削減。
汚れにくく、お手入れが簡単な商品なら、
お掃除の洗剤量も節約できる。

リサイクル・省資源・ロングライフ

リサイクル商品を積極的に開発し、商品の長寿命化を
図ることで、ゴミを減らし、資源を有効活用。



お客様の立場に立ち、
お客様の気持ちになって
お客様との永続的な
信頼関係づくりを目指す。

まいにち必ず使う、みんなが必ず使うものだから、TOTO商品のアフターサービスはもちろん、新築の際もリモデルの際も、あらゆる場面で「よき相談相手」として、お客様の快適なまいにちを実現するお手伝いをします。そして、お客様の期待以上の満足を提案することを目指して、一生のおつきあいを考えていきます。

「きずな」を深めるTOTOとお客様との接点

お客様との永続的な「きずな」 P 25

ショールーム

商品をご覧いただくことはもちろん、
提案ツールも充実させ、
地域に密着したサービスでお客様の
より快適な暮らしの実現をお手伝い。

リモデルクラブ店

経験豊富なスタッフがお客様の住まいに
関するさまざまな声に応え、夢をカタチに。
「安心と信頼」のネットワークとして、
全国5,000店を超える店舗を
TOTOホームページなどで広くご紹介。

メンテナンスサポート

ご自分で修理されたいという方から、
専門家に頼みたい方まで、
お客様の必要に応じたさまざまな
メンテナンス体制。

お客様相談センター

お客様の「困った」を「相談してよかった」に
変えていくことはもちろん、お客様の声を
貴重な情報源として、商品やサービスに
反映していくための窓口として。

まいにちに ユニバーサル デザインを TOTO

TOTOグループユニバーサルデザイン方針

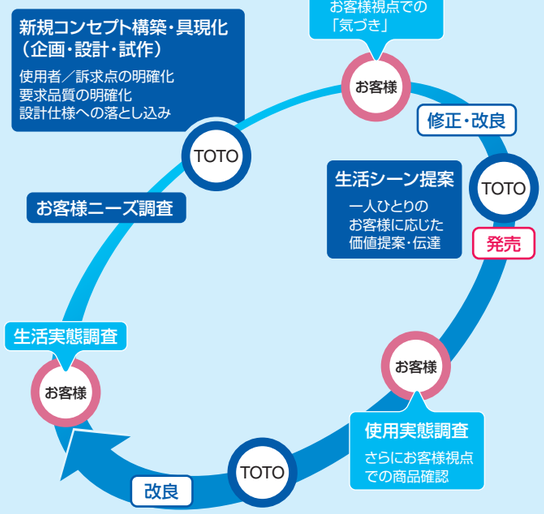
「まいにち必ず使うもの」「みんなが必ず使うもの」を提供するTOTOグループは、「一人でも多くのお客様に使いやすい商品とサービス」を提供し、健常者だけでなく、高齢者や障害者・妊婦や子供・背の高い人低い人・力の強い人弱い人などが使いやすい機器の開発を通じて、一人でも多くの人（またはみんな）が暮らしやすい社会の実現に貢献します。

ユニバーサルデザインの追求

「UD研究所」3つの視点

- お客様とともに、対話や検証をかさねて新しい商品を　→ つくる
- 研修や疑似体験を通じて、ユニバーサルデザインの知性を　→ 育てる
- 研究機関、行政、異業種などグローバルなネットワークで、新たな提案の実現を　→ 考える

ものづくりのUD*サイクル



***UD：**ユニバーサルデザイン

つくる

UD研究所では、市場でのお客様ニーズの調査結果やモニターの方々の協力を得て、実際の生活状況からものづくりのヒントを得るため、生活シーン検証や生活実態調査を行っています。そして、そのやりとりをつなぎ合わせ、「UDサイクル」というかたちでシステム化し、開発者とお客様の対話と観察から生まれた「気づき」を、誰もが使いやすいと感じる「気配り」に変えるものづくりに取り組んでいます。

育てる

ユニバーサルデザインを理解できる人づくり、ユニバーサルデザインを仕事に活かせる人づくりを目指し、階層別研修を実施しています。ものづくりに関わる技術・開発部門の社員には生活シーン検証から得た「気づき」を商品開発に結びつけられるように、また、ショールームアドバイザーには、商品の使いやすさや開発者の意図を理解し、お客様に感動していただける生活シーンの提案ができるように、体感や観察に重点を置いた実践的研修が行われています。

考える

UD研究所が中心となって、ユニバーサルデザインに関するさまざまな分野で、研究機関との共同研究を進めています。そして、その成果を社会に向けて積極的に発信し、一人でも多くの方が安全に快適にお使いいただける水まわり空間の実現を目指しています。

東京大学と共同開発した特殊なすりガラスを用いて低視力状態の見え方を再現できる「ぼやけシミュレータ」は、UD研究所内に設置され、商品開発や研修に利用されています。

実体験の「気づき」から生まれる商品

2006年発売の「キュイジアA型プラン」もUD研究所開発事例の一つです。従来のL型キッチンのコーナー部分に三角形のスペースをプラスし、調理作業の基点となるよう工夫した設計が、実際に基点となるのか、使いやすいのかを検証するため、人の動きをデータ化するモーションキャプチャや生活シーン検証などを重ねた結果生まれました。UD研究所では、移動動作の科学的な解析や実際の作業効率など、従来品と比較しながら検証をくり返し、ユニバーサルデザインの研究開発を進めています。

上部から人の動きをカメラでとらえ、調理中の生活行動を観察

「学ぶ」「体験する」「想像する」研修の実施

TOTOオリジナルの「老化シミュレータ」を使用して加齢を実体験する「老化体感研修」や、UD研究所内に再現した新旧住宅空間でさまざまなバリアを体感するリビングラボでのUD実践研修を実施して、生活シーン検証や生活実態観察結果を考察・討議・発表することにより、開発者の「気づき」の感度向上や知識の共有をくり返し行っています。

日経デザイン「ユニバーサルデザインの取り組み度企業ランキング」で総合3位

TOTOのユニバーサルデザインは『日経デザイン』誌の「UD取り組み度企業ランキング」で総合3位と、高い評価を受けています。またウォシュレットも2004年に「日経優秀製品・サービス賞」を特別受賞しています。

第2回国際ユニバーサルデザイン会議2006 in京都へ出展

2006年10月、UDの普及と促進を狙い、国立京都国際会館（京都市）で開催された国際会議で発表を行いました。世界の専門家が集まる中、UDに取り組む水まわりメーカーとして評価されています。

2006年度グッドデザイン賞受賞

「UD研究所」は、「ネオレストAタイプ」など機能性・デザイン性の優れた5つの商品とともに、「2006年度グッドデザイン賞」を受賞しました。“UDを追求し使いやすさを検証・評価する施設”として、新領域デザイン部門での受賞となります。

「公共トイレの操作系設備の共通ルール」JIS*制定へ

UD研究所では一人でも多くの方が使いやすい公共トイレの実現を目指し、2003年から東洋大学と産学連携の共同研究を進めてきました。このプロジェクトがきっかけとなって業界を挙げて生活者視点の研究が進められるようになり、2007年3月に便器洗浄ボタン・紙巻器・呼出しボタンといった公共トイレの操作系設備の共通ルールがJISに制定されました。これを契機にTOTOではJIS対応トイレ普及促進のため、簡単施工パッケージ商品の充実とお施主様や設計者へ提案活動を強化していきます。

***JIS S 0026：2007 高齢者・障害者配慮設計指針**
公共トイレにおける便房内操作部の形状、色、配置および器具の配置

2005年3月に研究成果として提案した操作系設備の「逆L字型の位置関係」（白線囲み部）

活動テーマ	2006年度 活動実績
“ものづくり”の推進	●ユニバーサルデザイン商品化率*：43% ●ユニバーサルデザイン検証技術の強化・向上
“人づくり”の推進	●階層別ユニバーサルデザイン研修の実施 ●老化シミュレータ活用による体験型研修の企画・実施
“基盤づくり”の推進	●新ユニバーサルデザインモニターの適正化と整備 ●ユニバーサルデザイン情報の社内発信機能を構築
社会との共生・社会貢献	●子どもや生活者対象の勉強会を実施（→ 41ページ）

***ユニバーサルデザイン商品化率：** $\frac{\text{UD商品売上高}}{\text{TOTO全商品売上高}} \times 100$

ステークホルダーからのご意見

- 一般のお客様より　視覚障害者だけでなく、重度の障害を持つ方を介助しやすいトイレ環境も考えて欲しい
- 一般のお客様より　トイレの洗浄ボタンがわかりにくいことがあるので、必ずここというような決まりをもうけて欲しい
  - ➡「公共トイレの操作系設備の共通ルール」JIS制定へ **（上部関連記事参照）**
- 一般のお客様より　誰にでも使いやすいのは理想だが、個人差があるのでその人にあったものを選べるように種類が必要

今後の活動テーマ

1. 新たな生活価値を創造し、お客様満足度の高いUD商品のものづくり推進
2. UCD（ユーザー・センタード・デザイン）の考えを理解し実践できる人づくり
3. 生活者視点・グローバル視点での先進的UD研究の推進
4. 地域のUD人づくりへの貢献

暮らしながら そっと エコロジー TOTO

TOTOグループ地球環境方針

TOTOグループは、「水」に象徴される、地球資源が有効に活用、循環される「商品づくり」「企業経営」「社会システムの形成」を実現します。

エコロジー&エコノミーな暮らしの提案

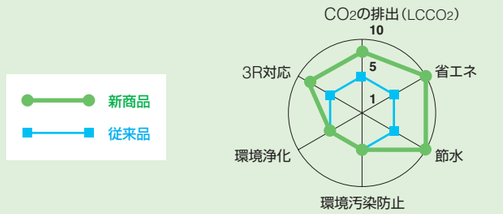
エコを基本性能にした商品と技術開発を

お客様にまいにち使っていただくことで環境負荷の低減が図れるような商品の開発、およびお客様への情報公開を目的として「TOTOエコ商品認定制度」を実施しています。商品企画、設計の段階からLCA（ライフサイクルアセスメント）を用いたCO2排出量の把握を行うなど、TOTOグループ独自の製品環境アセスメント基準に基づき、新商品の評価を実施。この基準にクリアした商品を「TOTOエコ商品」に設定し、下記のようなマークをカタログなどに表示しています。

マーク	項目
eco	低ホルム＊・脱塩ビ・節水・節電・省エネ・洗剤削減・リサイクル・ゴミ削減・小型化・鉛低減　他

＊TOTOではすべての製品に使用する建材について、ホルムアルデヒド発散建築材料区分最高等級（F☆☆☆☆）を使用しています

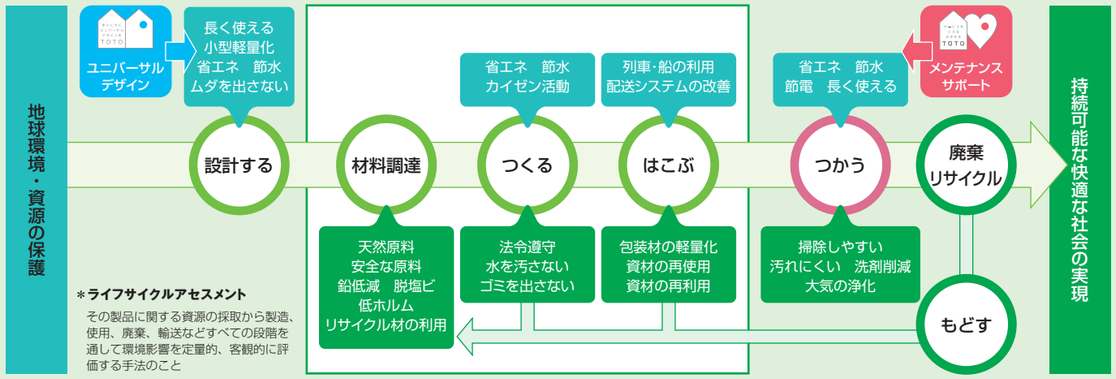
TOTOエコ商品認定制度　（評価例：ネオレスト）



● 評価項目とその内容

LCCO2		製造時、使用時のCO2排出削減
省エネルギー		使用時のエネルギー消費低減
節水		使用時の水消費量低減
環境汚染防止		汚染物質の低減（大気・水質汚染物質）
環境浄化		汚染物質の浄化（大気・水質汚染物質）
3R対応（リデュース リユース リサイクル）	製品の減量化	製品の小型、軽量化、部品点検削減
	製品の長寿命化	耐久性アップ、部品交換・リペアによる長寿命化
	リサイクル材の使用	リサイクル材の使用率増加
	リサイクル配慮	リサイクル可能率向上、分解時間削減など
	包装材の3R対応	包装材のリデュース、リユース、リサイクル対応

TOTOエコ商品認定基準による商品のライフサイクルアセスメント*



＊ライフサイクルアセスメント
その製品に関する資源の採取から製造、使用、廃棄、輸送などすべての段階を通して環境影響を定量的、客観的に評価する手法のこと

日本版RoHS対象の有害物質を削減

2005年よりRoHS指令＊1で規制される有害物質の削減を進めています。2006年にはJ-Moss＊2（日本版RoHS）に対応するため、家電量販店などで販売されるウォシュレットとアルカリイオン水生成器について自主的にRoHS規制物質を削減しています。

＊1　**RoHS指令：** 2003年に欧州会議で発令され、EU加盟国域内でRoHS規制6物質を含有する電気・電子製品の製造・輸入販売を禁止する法律。

＊2　**J-Moss：** 家電品7品目に、RoHS規制6物質を許容値以上含有しているかどうか消費者が識別できるように表示を定めた日本工業規格JIS C 0950。

節水機器の普及によるCO2排出削減

まいにち使う水まわり商品は、製造時よりもお客様使用時の環境負荷が、はるかに大きいものとなります。浴室や台所、洗面所などでお湯を使えば、ガスや灯油を燃やすことになり、大量のCO2を発生しますし、排水後の下水処理にも電力が消費されています。そのため、TOTOは節水や節電ができる省エネ商品を開発するとともに、節水機器の普及が大幅なCO2排出低減につながると考え、社会にアピールしてきました。その結果、チーム・マイナス6％（環境省）などでもCO2削減に有効な手段として「節水」が挙げられるようになり、節水機器のCO2削減効果が社会的に認められています。

リモデルエコチェッカー

家庭から排出されるCO2をチェックできるサイトをTOTOホームページに公開しています。現在使用中の水まわり製品のCO2排出量と年間コスト、さらに最新機種に切り替えた場合のそれぞれの削減量がわかります。

http://www.toto.co.jp/kankyo/eco_checker/

環境テーマの展示会に出展

環境をテーマとした展示会に出展しています。2006年は10月滋賀（びわ湖環境ビジネスメッセ）、11月北九州（エコテクノ）、12月東京（エコプロダクツ）で開催されました。TOTOブースではお客様へリモデル後の生活シーンを具体的にわかりやすくご提案するため、キッチン・洗面所・浴室・トイレの4部位を1ヵ所に集約し、それぞれの広さや位置関係を表現する空間的な展示を行いました。

住宅バルコニー用タイル「バーセアMTシリーズ」エコプロダクツ賞を受賞

東京ビッグサイトで開催された世界最大級の環境展示会「エコプロダクツ2006」において、住宅バルコニー用タイル「バーセアMTシリーズ」が審査員特別賞（奨励賞）を受賞しました。タイルデッキシステム材「バーセア」の表面タイル部に保水機能を持たせた商品で、打ち水効果によって涼感が得られ、省エネにつながることが評価されています。

米国でWEL賞を受賞

2006年にTOTO USAは水まわりメーカーとして唯一、米国環境庁（EPA）より Winners of the first Water Efficiency Leader（WEL）Awardsを受賞しました。水資源保護など環境活動に貢献した企業や団体などを表彰するもので、その第1回目として2企業、3団体、1個人が表彰されました。他社に先がけ1992年に制定された環境法規制（エナジーアクト法）に対応、独自の節水技術を活かした6L洗浄便器の開発やこれまでのエコ商品開発姿勢、EPA支援活動など環境に対する取り組みが総合的に評価された結果です。

活動テーマ	2006年度 活動実績
エコ（環境配慮型）商品の開発推進	● エコ商品の開発推進（エコ商品開発比率：97%）（→ 47ページ） ● TOTOエコ商品マニュアルの見直しによる評価方法のレベルアップ
製品環境性能の向上	● 製品環境情報開示のためのライフサイクルアセスメント手法定着の推進 ● J-Moss（日本版RoHS）対応のグリーンマーク表示商品を出荷
エコ商品の普及推進	● エコ商品の普及推進（エコ商品売上比率：67%）（→ 47ページ）

ステークホルダーからのご意見

- ● 一般のお客様より　節水・省エネ商品をもっと周知して欲しい
- ● 一般のお客様より　ライフスタイルにエコロジーを取り入れる提案をしているのか？
  - ➡ 環境テーマの展示会に継続的に出展（上部関連記事参照）
- ● 一般のお客様より　TOTO製品はシックハウス規制に対応しているか？
  - ➡ ほぼすべての製品がシックハウス規制に対応しています

今後の活動テーマ

1. 節水・省エネNo.1の実現と国内で求められる環境への配慮基準に対する確実な対応
2. 製品に含まれる化学物質の管理を強化し、環境に配慮した製品設計を推進
3. 海外における環境への配慮基準の基盤構築と推進
4. よりわかりやすい“水まわりリモデル”を商品性能の伝達と空間提案の両面から訴求

TOTOグループお客様方針

TOTOグループは、お客様の期待を超える
商品・サービスの継続的な提供を通じて
あらゆるお客様の更なる満足の確保、維持、向上に努めます。

明るく清潔感のある内装を取り入れ
2006年5月にオープンした半田ショールーム

お客様との永続的な「きずな」

最新情報を発信するテクニカルセンター

TOTOテクニカルセンターは建築家やデベロッパーなど専門家のお客様と共創し、快適な水まわり空間を生み出す場として世界に展開しています。ユニバーサルデザインやエコ商品に関する利用者の意識調査データや現場事例、検証映像など最新情報を発信し、セミナーや講習会でアイデアを共有しています。また商業施設や学校、医療施設など建物の用途別に器具の寸法や意匠、取付位置などを体感できる空間展示や、設計をサポートするための実物大検証スペース、新技術コーナーなどを通じて、水まわりに関する設計コンセプトからプランの検討、実際の商品選定まで、さまざまな面でお手伝いしています。

空間展示

バリアフリーラボ

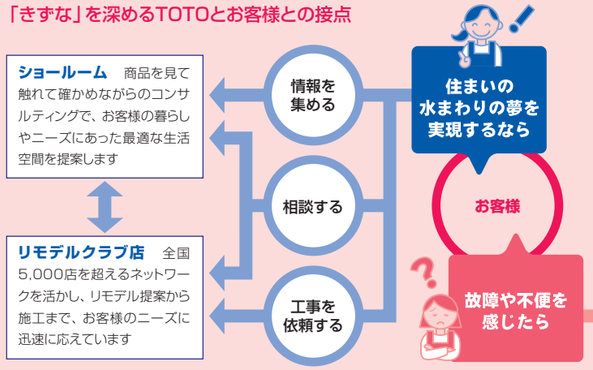
通水実験室

お客様に合わせて進化するショールーム

生活スタイルの変化や多様化するニーズにあわせ、お客様やスタッフの声を反映させたショールームづくりを行っています。商品・接客ゾーンの配置やゆとりある通路の確保、ポスターやPOP、サイン表示に関するルールの策定、お客様が生活スタイルをイメージしやすいような実生活に近い空間展示などを進め、お客様のより快適な暮らしを実現するお手伝いをしています。また、TOTOホームページから簡単にお近くのショールームを検索することができ、各ショールームの最新イベント情報などもご覧いただけます。

広島ショールームで開催された夏休みイベント
「こども絵画コンクール」

「きずな」を深めるTOTOとお客様との接点



お客様に向けたコミュニケーション活動

TOTOはよい商品をつくるだけでなく、その存在をお客様に伝え、時代にあわせた提案をしています。2006年7月からは「トイレリモデルキャンペーン」を展開し、マスコミ発表や新CMオンエアなどを通じて「お掃除ラクラク」「ゆとりの空間」といった新商品の機能とリモデルがもたらす生活の快適さの提案を行いました。また10月から2007年4月まで順次開催した「リモデルスタイルフェア'06-'07」では、団塊世代に向けてリビングスペースのリモデルを提案しました。

ホームページ上のお客様向け情報の充実

商品を安心してご使用いただくため、ホームページ上のお客様向け情報を充実させています。新商品情報や修理、掃除方法などのアフターサポート情報をはじめ、水まわり商品のQ&Aやよくあるお問い合わせを掲載した「お客様相談室」など、お客様が必要とされる情報をタイミングよく発信できるよう体制を整えています。さらに、ホームページからのカタログ請求やeメールによるお問い合わせにも迅速に対応しています。またリフォーム情報サイト「リモデル.jp」では、地域のお客様へ細やかなサービス行うため、全国のTOTOリモデルクラブ店が検索できるシステムを備えています。

世界最大級の国際家具見本市「ミラノサローネ 2007」に出展

LUMINISTを使ったメイン展示「光を放つ植物の祭り」

2007年4月にイタリア・ミラノで開催された「ミラノサローネ」に出展しました。3回目となる2007年は、「Hi-Tech, Hi-Bath LUMINIST meets STEFANO GIOVANNONI」をテーマに、世界的なプロダクトデザイナーSTEFANO GIOVANNONI氏をクリエイティブディレクターに迎え、TOTOのLUMINIST（クリスタルカウンター）や、日本国内で好評いただいているネオレストAタイプを海外で初披露しました。国内外18,000人を超える方々にご来場いただき、独自の技術力により高い機能性と美しいデザイン性を融合させた「TOTOデザイン」を紹介。グローバル企業としてのブランドイメージの向上と海外ビジネス展開の強化へとつなげています。

中国国内では北京・上海・広州に続く4都市目香港にショールームを開設

2007年4月に、中国・香港特別行政区に「TOTO香港ショールーム」を開設しました。TOTOが香港市場で販売している商品の展示や技術のプレゼンテーションに加え、高機能商品の実演や研修会、新商品発表会ならびにお客様向けイベントなどを通して、TOTOの高い技術力と商品力をPRし、高級ブランドイメージの定着化を図っています。なお、中国国内では北京・上海・広州に続く4都市目の直営ショールームとなりました。

活動テーマ	2006年度 活動実績
お客様視点でのサービス向上の継続	● ショールームなどにおける、お客様評価に基づく接客品質の向上（ショールームお客様感動率：61%）（→ 29ページ）
お問い合わせ窓口におけるお客様対応の強化	● コールセンターでのお客様対応の強化（お客様電話満足度：59点）（→ 29ページ）
商品情報発信の強化	● 専門家向け商品情報発信の強化

ステークホルダーからのご意見

- 一般のお客様より　リモデルしたお客様に年月を経てからアプローチするような体制はあるのか？
- 一般のお客様より　メンテナンスシステムは充分だが、施工店の技術指導を徹底して欲しい

今後の活動テーマ

1 お客様の意向を収集し、生活提案に活かすことによる期待以上のサービスの提供
2 生涯を通して安心していただけるアフターサービスの提供
3 お客様に感動していただけるような施工品質の向上

ステークホルダーとのコミュニケーション

TOTOグループコミュニケーション方針

TOTOグループは社会から必要とされる企業であり続けるために、コミュニケーションを通じたステークホルダー満足向上に努め、適切で迅速な情報収集や開示・活用に努めます。

継続的なコミュニケーション

皆さまとの対話を大切にしています

TOTOグループは、お客様、社員、株主、お取引先、社会など、多くのステークホルダーの皆さまとのコミュニケーションを大切にしています。2004年度から開始したCSRへの本格的な取り組みに伴い、ステークホルダーの皆さまとの対話を通じて企業活動をさらに進化させるため、さまざまな形での双方向コミュニケーションを進めています。例えばショールームイベントや夏祭り等を通じてのお客様との交流、CSR研修や投資家向け説明会、お取引先会合、NGOや地域団体等との交流、さらにステークホルダーダイアログの開催など、多様な機会を設けて積極的な意見交換を行っています。また、活動内容や最新情報は、CSRレポートやCSRレポートダイジェスト版、ホームページ等で広く開示し、透明性の向上に努めています。

ステークホルダーとのCSRコミュニケーション

コミュニケーション接点

お客様	●ショールーム（イベント、セミナー、お客様アンケートなど） ●テクニカルセンター（専門家との情報共有） ●工場（見学会、夏祭りなど） ●ステークホルダーダイアログ
お取引先	●サプライヤー・ダイアログ ●CSRアンケート（Web） ●CSRヒアリング ●「スピーク・アップ制度」社外窓口（ヘルプライン）
株主（投資家）	●株主総会 ●各種説明会 ●工場見学会 ●株主アンケート ●ショールームへのお誘い（株主優待制度）
社会	●大学、研究機関、主要企業（共同研究、情報交換など） ●各種展示会 ●講演・研修依頼、教育現場などへの講師派遣 ●学校の課外授業受け入れ（工場見学、体験学習など） ●地域のボランティア活動、イベントへの参加 ●「TOTO水環境基金」NPOや市民団体の活動支援 ●「ギャラリー・間」「TOTO出版」文化支援活動 ●関連メディア ●SRI*・格付機関
社員	●各種研修 ●CSR・コンプライアンスを話し合う会 ●CSR・コンプライアンスアンケート ●意識調査アンケート ●ヘルスケアセンター ●「スピーク・アップ制度」窓口（社内・社外）

*SRI（Socially Responsible Investment）社会的責任投資

CSRコミュニケーションツール

- CSRレポート（年1回）
- アニュアルレポート（年1回）
- TOTO ホームページ

【日本語】

【英語】

- CSRレポート ダイジェスト版（年1回）

【日本語】

【英語】

【中国語】

- 半期活動報告書「TOTO Today」（年2回）

- 事業報告書「株主の皆様へ」（年2回）

社内用	○グループ報 ○「TOTO水環境基金」助成団体紹介冊子（年1回） ○イントラネット　など

ステークホルダーダイアログ開催

課題を明らかにして、CSR活動に活かしています

2004年度から首都圏や北九州地区など、全国でステークホルダーダイアログを開催しています。ステークホルダーの方々にCSRの視点でご意見やご感想をいただき、TOTOの担当者と率直な意見交換を行うもので、CSR経営への理解を深め、その推進に反映しています。
開始以来、家事を担う女性や地域住民の皆さま、行政ご担当者の方々など、多くの皆さまにご参加いただきました。2006年度に開催したダイアログでは、CSR経営がステークホルダーに確実に受け入れられてきていること、TOTOへのより望ましいCSR経営が要求されていることなどが明確になりました。今後も貴重なご意見を、企業活動へ役立てていきます。

お客様との意見交換（東京・大阪）

2006年10月（東京）・11月（大阪）、TOTOホームページ等から参加のお申し込みをいただいたお客様を対象に、テクニカルセンターの見学および意見交換を行いました。CSRへの取り組みや製品・メンテナンス、ユニバーサルデザインについて話し合い、さまざまな気づきやアイデアを頂戴しました。

地域の皆さまとの意見交換（小倉・滋賀）

2006年10月（小倉）・11月（滋賀）、各まちづくり協議会や地域の委員会、行政関係者など地域の皆さまを招いて工場見学および意見交換を行いました。地域コミュニケーションや環境対策、障害者雇用についての率直なご意見を頂戴し、工場に何が求められているのか、どのような活動が望ましいかを確認しました。

創立90周年を記念し、90年を振り返るとともに未来を見つめた活動を進めています。

2007年5月に創立90周年を迎え、ステークホルダーの皆さまに改めて感謝の気持ちをお伝えする活動も行っています。建築家やデザイナー等のプロユーザー向けPR誌「TOTO通信」では「創立90周年記念号」を発行し、90年の歴史を振り返るとともに、これからの地球環境について、建築家 安藤忠雄さんとTOTO社長 木瀬照雄の対談を特集し紹介しました。また、ホームページでは90周年記念サイトを新設し、感謝の言葉を伝えています。さらに記念事業の紹介や、これから向かうべき夢や希望を役員、社員が語るコーナーも設けました。100周年を見据えた新たな取り組みを、今後もさまざまな場で発信していきます。

東京・ビックサイトで開催された展示会「TDYリモデルスタイルフェア'06-07」では、90周年記念コーナーを設置。創立当初の衛生陶器や発売当時のウォシュレット等を展示した歴史展示コーナーや近未来の水まわり空間を提案する未来展示コーナー（写真）などを紹介し、多くのお客様にご来場いただきました

サプライヤーとの意見交換（本社）

2006年8月、北九州本社にてサプライヤーの皆さまを対象にダイアログを開催しました。主に中小企業94社、146人の参加があり、CSRの必要性や中小企業の取り組みを話し合うとともに、サプライヤーの具体的事例紹介を行うことで、良好な関係を維持・促進するための相互理解を深めました。（→ 35ページ）

活動テーマ	2006年度 活動実績
CSRコミュニケーションの推進・強化	●CSRレポートのダイジェスト版「TOTOのあゆみ」をショールームご来店のお客様およびグループ全社員へ配布
グループ内コミュニケーションの推進	●グループ報・イントラネットを使った情報の積極発信
多様なステークホルダーとの対話の推進	●ステークホルダーダイアログの開催拠点の拡大 ●サプライヤー・ダイアログの開催（→ 35ページ）
株主・投資家向け広報の推進	●決算発表の早期開催による迅速な情報開示

ステークホルダーからのご意見

- 一般のお客様より　長期的な取り組みとして、TOTOのCSRを市民や他企業にしっかりと伝えていって欲しい
- 一般のお客様より　ダイアログでの意見を改善プロセスに挙げ、その成果をレポートで報告して欲しい
- 一般のお客様より　CSRレポートはカタカナ・英語が多くわかりにくい
- 一般のお客様より　CSRとしては、よいことも悪いことも含めて報告すべき

➡ 本レポートにご意見を反映させました
（→ 1ページ・編集方針参照）

今後の活動テーマ

1 グループ戦略や動向の情報開示、経営の透明化による、ステークホルダーとの信頼関係の構築
2 ステークホルダーの視点に立った効果的かつ効率的なコミュニケーション体系の整備と推進
3 より迅速な対応を可能にする、グループコミュニケーション力の向上

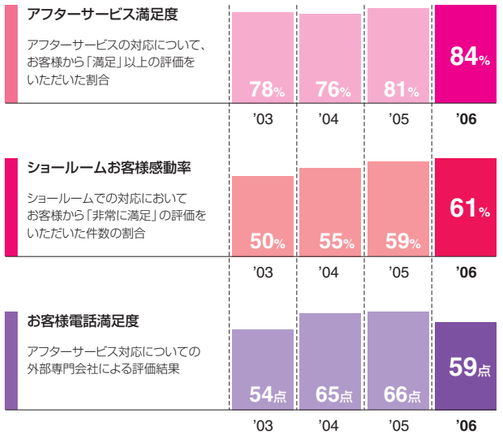
お客様の満足のために

TOTOグループお客様方針

TOTOグループは、お客様の期待を超える
商品・サービスの継続的な提供を通じて
あらゆるお客様の更なる満足の
確保、維持、向上に努めます。

お客様満足度調査

お客様本部では、日頃のサービス活動がお客様にどれだけ満足していただいているのかを知るために、さまざまな調査を行っています。



CS（お客様満足）の考え方

お客様の声を活かし、商品やサービスの向上を進めます

TOTOではお客様満足（CS…Customer Satisfaction）を企業経営の原点だと考えます。「お客様に期待以上の満足をお約束する」というCSの基本的な取り組みをさらに強化するため、商品開発や品質管理において積極的にお客様からの声を拾う仕組みを充実させています。2004年に設置した「お客様本部」では、お客様から寄せられた声をいち早くTOTOグループ担当各部門へ伝えるため、内容を整理して情報を共有化し、迅速で適切な対応を行うことで、商品やサービスの向上に役立てています。2006年度は「Q-up活動：商品品質の更なる向上」と「S-up活動：お客様接点での更なるサービス向上」を重点課題として、社内にもCSの徹底を推進してきました。お客様満足度調査の結果を踏まえ、2007年度も引き続きお客様の声を活かした商品やサービスの向上を進めます。

お客様の声を共有する社内ホームページ

お客様から寄せられたご要望やご意見を活かすため、2004年度にオープンしたTOTOのイントラネット「CSホームページ」の「お客様の声」に関わる部分を、2006年度に「T-Vox」として独立させました。直接お客様と接する機会の少ない社員も「T-Vox」を通じて「お客様の声」を吸収し、より一層お客様の期待以上の満足を追求できるよう、タイムリーな情報を掲載していきます。

TOTOグループCS向上全社大会開催

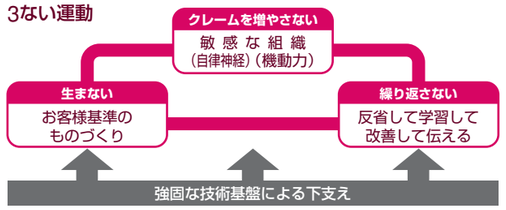
2006年11月に、北九州本社・研修センターにおいて「TOTOグループCS向上全社大会」を開催しました。CS講演の後、販売サービスの部・間接の部・製造の部、合わせて24件のCS活動事例発表が行われ、社員一人ひとりが「お客様の声」を起点にした活動を地道に続けていくことを確認しました。「すべてはお客様のために」という精神をTOTOグループ全社に浸透させるための学びの大会となりました。

全社、全過程で取り組む品質保証活動

お客様本部が中心となって「3ない運動」を展開しています

お客様にご満足いただける商品やサービスを提供するため、ISO9001を基本とした総合的な品質マネジメントシステムのもと、商品の企画・開発から出荷までのあらゆる過程で品質保証活動を展開しています。特に安全性については、製品安全審査（PSR）などの仕組みの中で十分に審議し、安全な商品の提供に努力しています。またクレーム対応のスピードアップ、再発防止のための改善プロセスの確立、お客様の要求に基づく徹底した評価技術の追求などを、各部門が一丸となって推進しています。

3ない運動



万が一、商品上の欠陥によりお客様の安全に関わる重大な品質問題が発生または発生を予見させる兆候が発覚した場合は、お客様の安全を最優先し、新聞・ホームページなどを通じてすみやかにお知らせし、安全にご使用いただくための対応を行います。

温水洗浄便座一体形便器の点検・修理の実施について（2007年4月実施）

1999年（平成11年）3月～2001年（平成13年）12月までに製造しました温水洗浄便座一体形便器（プラスチック製タンク品）の一部製品において、製品内部の接続部で接触不良が発生し、発煙・発火に至る事故が発生いたしました。

同事故は拡大被害には至っておりませんが、製品外郭が一部焼損しているために、拡大被害に発展する可能性が完全に否定できないことから、同様の事故を未然に防止し、お客様にTOTO製品を安心してご使用いただくために、2007年4月17日に新聞社告を行い、製品の点検・修理を無料で行っています。

お客様をはじめ関係の皆さま方には、大変ご迷惑をおかけいたしましたことを深くお詫びいたします。

社告後21日間で対象製品の12%にあたる2.2万台の点検が完了しておりますが、引き続き対象製品の捕捉に努めてまいりますので、ご協力をお願いいたします。

対象製品および、本件に関するお問い合わせの詳細は
TOTOホームページにてご確認をお願いいたします。
http://www.toto.co.jp/

TOTOグループ情報セキュリティ方針

TOTOグループは、
適切なセキュリティ対策を実施することにより、
セキュリティレベルを向上させるとともに、
顧客信頼度の向上を図ります。

個人情報の取り扱いと管理について

規定遵守の呼びかけとともに、きめ細かな指導を行っています

2005年4月から施行された個人情報保護法に対応して、TOTOグループでは個人情報保護ガイドラインを策定し、eラーニングによる社員への周知徹底を行ってきました。2006年度からは統括部門で各グループ会社に対する直接の現場指導を行い、情報セキュリティに対する体制づくりを進めています。2007年度はコンピュータセキュリティと利用、機密情報保護の内容を加えてeラーニングのコンテンツの見直しを行うとともに、Winnyなど新種のソフトに対する注意の喚起など社会情勢にあわせたセキュリティの強化を進めていきます。またパソコンに持ち出し禁止シールを貼るなど、情報セキュリティ対策の「見える化」を行うことによって社員の意識向上にも取り組みます。

活動テーマ	2006年度 活動実績
お客様重視の風土醸成の継続	● CSホームページ（イントラネット）による「お客様の声」発信 ● 社員意識調査によるCS意識の把握
商品品質の更なる向上の継続	● 3ない運動の推進 ● 商品別の「お客様情報検討会議」の実施
お客様の声からの商品サービス改善の推進	● 取扱説明書・カタログ・ホームページ等の掲載内容を改善 ● アフターサービス等における接客品質の向上 ● 補修用部品の供給体制を改善

ステークホルダーからのご意見

- 一般のお客様より　製品の使用説明書が厚すぎて、わかりにくい。必要最低限のもの、また必要に応じて見られる段階的な使用説明書がつくれないか
- 一般のお客様より　消費者の意向調査データに基づいたコンサルティングが必要ではないか
- 一般のお客様より　商品の説明とは別に、家を建てるときのお役立ち情報や、アドバイスを提供して欲しい

今後の活動テーマ

1 お客様重視の風土醸成を推進し、「すべてはお客様から」の行動を徹底
2 ものづくりの技術伝承を進め、商品品質の向上を図る
3 お客様の声を活かした商品（取扱説明書・カタログ等を含む）の制作を推進

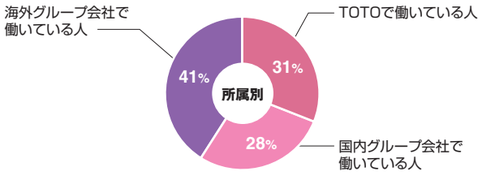
社員と力をあわせて

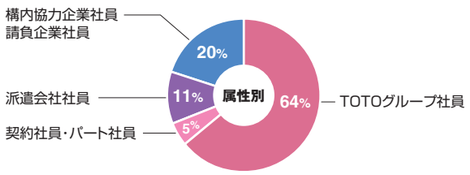
TOTOグループ人事方針

TOTOグループは、人間尊重の精神に則り、熱気みなぎる創造力豊かな自律した人材を継続的に輩出し、社員満足の向上とお客様の生活文化の創造に貢献していきます。

TOTOグループで働く人々の内訳（2006年3月末現在）

TOTOグループで働く人は、国内・海外あわせて約4万人。年齢も国籍も働く形態も、多様な人々がTOTOグループ社員として共に働いています。今後、事業のグローバル展開やグループ経営の進展に伴い、多様性を受け入れる人材交流を一層活性化していきます。





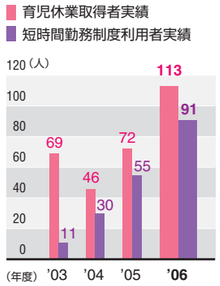
自律した社員と熱気みなぎる会社づくり

一人ひとりが「自分で考え行動できる」職場環境をつくる

TOTOグループで働くすべての人がイキイキとし、仕事を通じて能力を発揮できる環境を整備するため、2004年に「イキイキプロジェクト」を発足させ、人材・組織・マネジメントの強化に取り組んできました。2006年度は、部課長のマネジメント力強化、女性社員のキャリア形成支援、派遣社員のモチベーションアップと優秀な人材確保を目的としたステップアップ登用制度を充実させました。2007年度からは新入社員が3年間で一人前になるよう、仕事・現場体験・座学を通じて学べる体制の整備や中堅社員の計画的ローテーションなど、「創造力豊かな自律した社員と熱気みなぎる会社づくり」に向けた取り組みを強化しています。

仕事と家庭生活の両立を支援する制度

仕事と家庭生活の両立をサポートするため育児支援制度を充実させています。「育児休業制度」や「短時間勤務制度」、「所定外労働（残業・休日出勤）の免除」や「積立休暇制度」等があり、男性に対して配偶者の出産時における有給休暇取得の奨励を行うなど、制度利用に向けたアナウンスを継続することで、これらの制度を利用する社員も年々増加しています。



社員の意欲に応え自立を支援する制度

人事制度の透明性や社員の十分な理解と納得を得るため、上司と部下の対話を深めるフィードバック面談を行っています。また、働きたい仕事・職場を申告できる「キャリア申告制度」や社内求人・求職を募る「公募制度」や「ジョブリクエスト」などを設け、本人の希望と仕事のマッチングを図っています。また、仕事の幅を広げる「職群変更試験制度」を設けるなど、意欲ある社員の能力が最大限に発揮できるような体制を整えています。

職群変更試験制度利用実績　（単位：人）

	2003年度	2004年度	2005年度	2006年度
N職群［エリア総合職・専任職］ → I職群［総合職］	11 (3)	22 (9)	25 (8)	20 (8)
G職群［製造職、一般職］ → N職群［エリア総合職・専任職］	19 (8)	69 (15)	48 (19)	71 (30)
合　計	30 (11)	91 (24)	73 (27)	91 (38)

（ ）内は女性の人数

「きらめき活動」本格始動へ

女性の視点を商品やサービスに活かすための変革

女性の視点と能力を積極的に活用するため「きらめき活動」を推進しています。2005年に社長直轄の「きらめき推進室」が設置され、「全社女性きらめき大会」や「きらめきコミュニティ」などを開催。さらに女性リーダーの計画的育成、管理職への積極登用を進めるためのマネジメントスキルアップ研修を行い、女性に対する認識や女性自身の意識・行動改革も行ってきました。また、男女の採用比率を同等にする方針を掲げて、女性の積極採用を進めた結果、新入社員全体に占める女性の割合は43%に拡大しました（2007年4月現在）。2006年度は女性の経験や感性をTOTOの商品やサービスに活かそうとする具体的な取り組みが行われており、2007年度も引き続き「自分らしさ」が尊重され、社員一人ひとりの能力が最大限発揮できるように「きらめき活動」を推進していきます。

事業部門での取り組み

生活者視点を活かした商品評価活動

納得するまで試作品を「感じる」

よりお客様の立場に立った商品開発を目的に、企画・開発などものづくりの工程において、女性社員が試作品の評価を行っています。開発の初期段階では、お客様の声や生活に共感できる女性が、見た目の好き嫌いから使い方、掃除の仕方まで開発者とさまざまな意見を交わしています。その後商品の設計試作品について、コンセプトに合致しているか、成果が要求水準を満たしているかなどを評価しています。当初は各部門単位での実施でしたが、現在は部門間で連携し横断的に合同評価を行い、お互いの視点や気づきを補完し合うという活動も始まりました。今後は評価項目と基準の整備を進め、客観的で納得性のある評価結果が得られるよう取り組んでいきます。

さまざまな家族状況・年代の女性が集まっての事業部合同評価

販売部門での取り組み

北陸支社 男女協業のホームビルダー営業活動

住宅を新築されるお客様に対し、ホームビルダー様と連携して商品選定のお手伝いや、新たな水まわり空間を提案するため、北陸支社では2006年4月からHBチームを結成し、リーダーに女性を起用しました。女性の持つコミュニケーション能力の高さを活かして、「営業は個人的業務」という根強い意識を改革し、担当者間の情報共有と連携を目的に、月1回の担当者会議を始めました。現在はHBチームのみならず営業センター、ショールーム、さらには事業部門などを巻き込みながら会議や勉強会を行っています。また会議においてホームビルダー様への新商品提案会の見直しが検討された結果、お客様の多様なニーズに応えることができる、よりきめ細かな提案会の開催につながり、メンバーはもちろん全社員のやる気を刺激しています。

新商品提案会には
女性インテリアコーディネーターも多く参加

販売部門での取り組み

横浜・大阪・信越・名古屋支社 リモデル営業への参画

ショールームアドバイザーなどの経験を活かし、各担当エリアのリモデル需要を掘り起こすため、営業の第一線で活躍する女性が増えています。
リモデルという新しい発想でお客様の期待以上の快適や便利、美しさ、安心を提案しているTOTOのリモデルクラブ店と協業し、女性の視点からショールームを活用した施策を考えたり、各エリアのリモデルクラブ店で結成した店舗活動の企画・運営のサポートを行うなど、一体となって取り組むことで、より充実したお客様への価値提案を行っています。

活動テーマ	2006年度 活動実績
仕事と家庭生活の調和	●制度利用に向けたアナウンス ●多様な勤務制度の試行開始
キャリア形成の支援	●女性社員キャリア・ミーティング ●キャリア形成を支援する「キャリア申告制度」のフォロー
「きらめき活動」を中心とする女性の活躍推進	●業務のありかた、流れの見直しと、女性参画の検討 ●きらめきコミュニティでの意見を踏まえた改善活動

ステークホルダーからのご意見

- TOTOグループ社員より　直属の上司だけでなく、その上の上司（部長、支社長）とのコミュニケーション機会を増やして欲しい
- TOTOグループ社員より　女性が家事・育児を両立できるように、制度の見直しをして欲しい

今後の活動テーマ

1 TOTOグループ内における多様な人材（女性・高齢者、派遣・契約社員、外国人等）の確保
2 多様な人材が、社会と共生しながら活躍できるための場づくり、制度と仕組みの整備・拡充
3 外国人採用、人材交流の活性化

適切かつ効果的な人材活用

より複雑化する社会の期待に応えていきます

TOTOグループは、年齢や性別、身体的特徴、国籍の違いなどを「多様性」として受け止め、その中から生まれる新しい発想を成果に結びつけられる企業を目指し、組合とも協同して取り組みを進めています。

中高年齢者の再雇用制度

2006年4月から中高年齢者の再雇用制度を開始し、現在136人の定年者が再雇用され活躍しています。以前より高度な技術や手法を身につけた社員の再雇用を行っていましたが、改正高年齢者雇用安定法の施行と今後の定年退職者の増加を踏まえ、優秀な社員の流出防止と技術継承・後継者育成の観点から対象者枠を拡大し、本格的に取り組んでいます。

対象者の声

金具部品の製造・技術現場等を経た後、現在はお客様からのクレームを調査し、対外報告文書を作成しています。取入的に安定し、現役時代と変わらず慣れた職場で気の合う仲間と仕事ができるので充実しています。

TOTOウォシュレットテクノ
品質保証部 技術相談室　中條 兼治

対象者の声

金具部品の製造・設計現場等を経た後、現在はお客様からのお問い合わせ対応を行っています。生活習慣や体力維持など自己管理に気をつけながら、今までに得た知識や能力を仕事に役立て、後輩に受け継がせていきたいと思います。

TOTO　お客様相談センター
お客様相談室　都田 國一

派遣・契約社員のステップアップ制度

2006年10月より派遣社員に対して、優秀な人材の確保と組織の活性化を目指して「契約社員・正社員へのステップアップ制度」を導入しました。約1,800人の派遣社員のうち登用試験に合格した95人が契約社員・正社員として活躍しています。またモチベーションの向上を目的とした「能力等級制度」も導入しました。

身障者雇用

2007年3月現在のTOTOグループの障害者雇用率は、2.2%でグループ基準(2%)、法定雇用率(1.8%)の両方を満たしています。今後もTOTOグループ全体で、障害者と健常者が共に働ける職場づくりを進めていきます。

時代に求められる人材の育成を目指して

学びの場を提供し、社員一人ひとりの成長を応援しています

性別や雇用形態等に関わりなく、個々の能力を存分に発揮し、お客様価値が多様化するこれからの時代に対応できる人材育成を目指し、それぞれのスキルに応じた成長の機会、学びの場を提供しています。グループ内では、多種多様な研修が開催され、仕事の都合に応じて学習できるeラーニングや通信教育も積極的に活用されています。最近では、より専門性の高い部門主導による研修も増え、学びの機会が拡大しています。

女性社員キャリア・ミーティング

現場で長く勤めながらも将来像やスキルアップに不安感を持つ女性が、前向きに仕事を続けていくためにどのようにしたらよいかを考えてもらう研修を行っています。受講者が自分自身のキャリアを考えることで目指す姿を明確にし、自身の強みを確認してキャリアビジョンを描きます。その結果、各人の自己成長につながり、さらに組織の活力を生むことにもつながります。TOTOグループで働く女性社員は雇用形態を問わず、自由に応募できます。

部長マネジメント力強化研修

経営・部門トップの方針を受け、部下の多様な個性を活かしながら組織を束ねてビジョン達成に向かわせるリーダーの育成を目的としています。まず3日間の新任部長研修でベースを教育し、その後社外アセスメントにより部長としての適性を確認して自らの長所短所を見つめ直し、「マネジメント力強化研修」を実施して能力の改善・強化に努めています。

TOTOグループ安全衛生・防災方針

TOTOグループは、業務上災害ゼロ、業務上疾病ゼロをめざすとともに、快適な職場環境の形成に努めます。
TOTOグループは、火災・風水害・その他の災害の未然防止を図るとともに、災害による被害を最小限に止めるよう努めます。

グループ全体の健康管理を推進

TOTO本社に「ヘルスケアセンター」を開設しました

グループ内での統一された健康管理サービスの提供とその質的向上を図るため、2006年4月、TOTO本社内にヘルケアセンターを設置しました。ヘルスケアセンター開設にあわせて総括産業医を新たに配置し、TOTOグループ全体の健康管理に関する方針設定や仕組みの構築などを行っています。また各事業所の産業医やメンタルヘルス相談医などとの連携を強化して、各部門での社員の体と心の健康づくりをサポートしています。加えて、各事業所からのさまざまな相談や支援要請に応えるとともに、情報提供や教育・指導なども実施しています。

石綿(アスベスト)による健康影響と対応について

現在、TOTOではアスベストを使用している製品はありませんが、過去に使用した製品および部品がありました。現社員につきましては、石綿取扱い作業者を対象に石綿健康診断を実施しています。なお、今までのところ工場周辺の皆さまから石綿に関する健康被害のお申し出やお問い合わせはありません。

石綿(アスベスト)含有部品使用に関する対応状況をホームページでお知らせしています。
http://www.toto.co.jp/important_news.htm

火災防止への取り組み

定期的に火災リスク診断を実施しています

TOTOグループでは、工場を中心に火災リスク診断を定期的に実施し、未然防止の活動を展開していますが、2006年度は、衛生陶器を生産する中津工場で火災事故が発生しました。この再発防止に取り組むとともに、グループへの水平展開を図りました。

TOTOグループ災害撲滅活動

「安全第一」をより徹底するために、活動を強化していきます

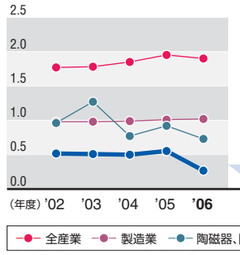
2003年度より「作業に対する感受性の向上」や「不安全行動・不安全状態ゼロ」を目指して「TOTOグループ災害撲滅活動」を推進していますが、活動をより強化するために2006年度より「安全衛生チェック」を開始しました。

安全衛生チェック

社内的に組織立てて安全性のチェックを行う取り組みを、2006年度より3年計画で進めています。これは国内の工場・製造グループ会社での人為ミスから災害につながる「不安全行動」や危険な状態をチェックして、改善につなげていく活動です。TOTOグループ内の事業場において、安全管理の体制や現場での作業者の不安全行動や設備に危険な状態を、3日間という期間を限定して、見落としのないよう連続でチェックします。その後も、指摘事項が半年後にフォローできるように、進捗確認を毎月行っています。今後も「不安全行動・不安全状態ゼロ」を目指し、活動を継続・強化していきます。

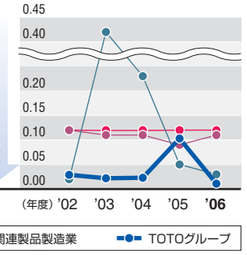
国内災害度数率の推移

災害度数率：
100万労働時間当たりの被災者数



国内災害強度率の推移

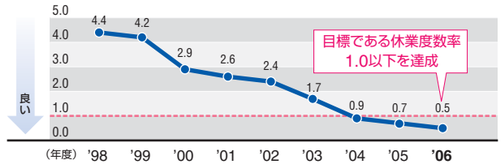
災害強度率：
1,000労働時間当たりの労働損失日数



*TOTOグループは休業1日以上、その他は4日以上で算出

海外グループ会社は、2007年度から3年間の中期計画において「災害度数率0.5以下の維持」「不休災害を含む度数率の1.0以下達成」および「すべての粉じん作業場における第一管理区分の達成」を目標とし、安全衛生活動に取り組んでいます。

海外事業グループ休業度数率改善状況



活動テーマ	2006年度 活動実績
就業の継続性の確保	●再雇用制度による中高年齢者の活用促進（60歳以上の雇用者数：136人） ●教育体制の継続的な整備による人材育成の促進
社員の健康管理	●TOTO本社に「ヘルスケアセンター」開設 ●事業所管理者とメンタルヘルス相談室の連携強化
良好な作業環境の維持と向上	●喫煙対策基準の周知徹底
労働災害の撲滅	●国内工場・製造グループでの「安全衛生チェック」実施

ステークホルダーからのご意見

- 一般のお客様より　担当者が変わったら対応が変わってしまうことのないように、しっかり人材を育成して欲しい
- 一般のお客様より　従業員の満足度調査は行っているか

➡ TOTOグループ社員を対象に毎年「意識調査」を実施しています

今後の活動テーマ

1 現場主導での人材育成の推進

1 心と体の健康向上を目指し、早期発見・早期対応から予防の強化を図る
2 国内グループ会社への安全衛生マネジメントシステムの展開
3 海外グループ会社の中期計画の目標達成に向けた安全衛生活動の推進

お取引先とともに

TOTOグループ購買方針

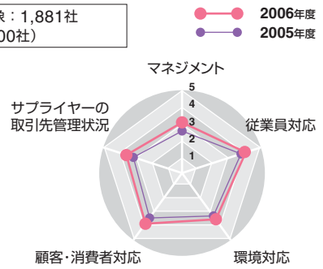
TOTOグループは、経営・環境・社会という
それぞれの面で企業としての責任を果たし、
企業と社会、そして地球が
持続可能な発展を目指すための
バランスの取れた取り組みを行って参ります。
TOTOグループはサプライヤーとともに、
CSR視点に立った購買活動を推進いたします。

サプライチェーンマネジメントのPDCAサイクル図

サプライヤーWebアンケートの結果

2006年度調査対象：1,881社
（回答：1,600社）

各事業所におけるCSR説明会やダイアログの開催、Webアンケートやモニタリングなどの継続的な啓発活動により、CSRの必要性を感じ、自発的なアクションも始まっています。



サプライヤー*へのCSR支援活動

ダイアログ開催で得た手応えを活かし、継続的対話を推進

2004年度にTOTOグループのCSR活動が本格的にスタートして以来、グループ内の購買担当者へのCSR教育に始まり、サプライヤーの取り組み状況を把握するためのCSR調査やヒアリングの実施、CSR視点に立った調達・購買活動のお願いと啓発活動を進め、理解と協力を求めてきました。2006年度は、「TOTOグループヘルプライン」での通報・相談の受付をサプライヤーに対して開始し、信頼関係の強化を図るとともに、これまで行ってきたWebアンケートやヒアリングなどを継続実施しました。また、新しい取り組みとして、主要サプライヤーを対象にダイアログを開催し、CSRの必要性を改めて認識してもらうとともに、具体的な進め方や取り組み事例の紹介を行いました。2007年度は、さらに一歩踏み込んで、サプライヤーの自主性を促し自らの企業能力を向上させる支援策へと進化させていきます。

＊サプライヤー

原料、部品、資材、サービス等の供給者または企業のこと。TOTOグループではE-サプライヤーとして、Ecology（環境保護活動）、Excellent（優良）、Eps（インターネット調達）の項目をクリアした供給者と取引を行っています。

サプライヤー・ダイアログ開催

ダイアログではCSR視点の調達活動の説明に加え、サプライヤーの具体的な取り組み事例を紹介し、サプライヤーの皆さまに企業レベルに応じた取り組みを考えていただきました。参加者アンケートでは、約7割から前向きな回答が得られており、有効なコミュニケーション施策として継続的に開催していきます。

**CSR調達の一環として、
サプライヤーの皆さまに書面でのお願いを配布しています。**

お取引先の皆様へのお願い（お取引に際しての遵守事項）

弊社とのお取引に際し、取引先の皆様におかれましては、以下の項目を遵守くださいますようお願い致します。

■労働について
児童を違法に就労させないこと。
労働者の意思を無視し、強制的に労働させないこと。
安全で清潔な作業環境を実現し、従業員の健康に留意すること。
従業員が組合を組織することを妨げないこと。

■差別について
人種や性別など、いかなる理由によっても差別しないこと。

■環境保全について
廃棄物の不法投棄をしないこと。
環境に与える負荷を可能な限り抑えること。
省エネ活動など、環境保全の取り組みを行うこと。
環境に与える負荷の小さい部品・原材料の調達（グリーン購入）を優先すること。

■商取引について
地域の商慣習・法令に反しないこと。

海外グループ会社でのCSR調達の推進

基本理念に基づく教育資料を作成し、サプライヤーを支援

2006年度は、海外グループ会社におけるサプライヤー支援活動を積極的に進めました。言葉や文化、宗教、法律の違いはあるものの国内と同様に、TOTOグループ基本理念および購買方針を理解していただくため、CSR活動に関する資料を作成し、サプライヤーへ説明を行い、支援・監督を行っています。2007年度も引き続き、各国の情勢にあったCSR活動の啓発・支援により、相互理解を深め共生していくことを目指します。

中国での取り組み

現地調査を進め信頼関係を構築

北京市に拠点を置く東陶機器（北京）、北京東陶では、お互いに情報交換を行いながら活動を進めています。最初は、サプライヤーの生産・品質状況や環境保全、労働環境などの事前調査を行い、TOTOグループの基本理念に基づいた教育用の資料づくりから始めました。2006年度は、東陶機器（北京）で約100社、北京東陶では約70社の主要取引先の経営トップに対し説明を行い、CSR活動への理解と取り組みの約束を交わしました。2007年度はCSR活動が具体的に推進されているか現地調査を進めるとともに、引き続きサプライヤーへの啓発・支援を行っていきます。

説明資料に誓約のサインをお願いしています

ベトナムでの取り組み

理念を明確に伝えていくことが活動の第一歩

人事 総務課長
Ms. Dinh Thi Lien Huong

TOTOベトナムではCSRに関する基本的な理念を確認し、CSR調達をどのように進めていくのか話し合いを進め、全社員がCSR活動をTOTOグループの中で重要かつ必要不可欠であると理解することから始めました。
その後サプライヤーを訪問し、CSR調達の目的や方針を説明しました。特に安全衛生・職場環境・地球環境への配慮・禁止原材料の不使用・法令遵守などはサプライヤーだけの責務ではなく「社会と共生していく」というTOTOグループの理念であることを明確に伝えてきました。その結果、2006年は主要取引先20社にCSR調達活動へのご理解をいただき、お取引先のCSRに対する実際の活動状況をチェックして評価し、改善していく流れをつくることができました。

お取引先の声

従業員280名（2007年3月現在）で商業用ダンボールを製造し、提供させていただいています。2006年から社員教育の中にCSRの理念を取り入れ、現場レベルでの浸透を図りました。そして地域の治安保全や学校への寄付など社会貢献を行っています。さらに排出ガスや粉じん対策および省エネに取り組み、石炭の蒸気回収機を導入しました。CSRで要求されていることは我々の生活観や道徳観に根づいたものだと思います。今後は当社のサプライヤーにもCSRの理念を伝え、共に活動を推進していきます。

TOTO U.S.A.向け商業用ダンボール

中国・河北保定市金富兴紙箱包装有限公司 総経理（社長） 李 合叉
（東陶機器（北京）有限公司 お取引先）

担当者の声

最初にCSR理念をお取引先の経営トップへ説明したときは、なかなか理解していただけないこともありましたが、地道に普及活動を続けてきました。2007年度は各サプライヤーに対し、実施できていない項目について再度現地調査を行い、いつまでに取り組めるか確認しています。CSR活動を通じて企業のみならず、社員やサプライヤーの一人ひとりが責任を果たし、社会・経済活動の中でお互いの信頼関係を深めていきたいと思います。

北京東陶有限公司
業務管理一部購買課 課長 李 裕

活動テーマ	2006年度 活動実績
お取引先へのCSR経営の啓発	●サプライヤーへのCSRアンケート・ヒアリング実施 ●サプライヤー・ダイアログ開催
お取引先との信頼関係の強化	●「TOTOグループヘルプライン」でサプライヤーの通報受付開始
海外グループ会社でのCSR調達の推進	●アジア地区より展開がスタート

ステークホルダーからのご意見

- 地域の皆さまより　地域中小企業のCSRへの取り組みを牽引し、全体のレベルアップを図って欲しい
- 国内サプライヤーより　ダイアログを定期的に継続し、資料を配付して欲しい
- 海外グループ会社より　社員教育のための教育プログラムや、お取引先への説明用としてCSR調達に関するケーススタディ集などを提供して欲しい

今後の活動テーマ

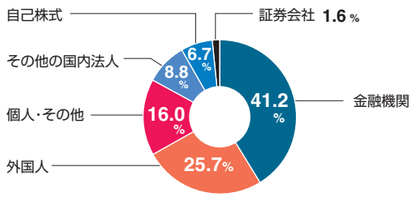
1 国内・海外サプライヤーの能力向上を目指した支援活動の活性化
2 原材料調達における現状把握と課題の抽出によるCSRマネジメントの推進
3 バイヤー教育の継続的実施によるCSR調達推進体制の活性化

株主との信頼関係

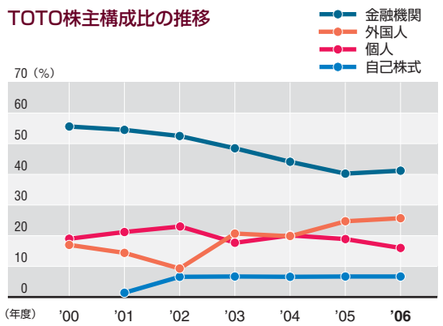
TOTOグループコミュニケーション方針

TOTOグループは社会から必要とされる企業であり続けるために、コミュニケーションを通じたステークホルダー満足向上に努め、適切で迅速な情報収集や開示・活用に努めます。

TOTO株主構成比（2007年3月現在）



TOTO株主構成比の推移



直接コミュニケーションを意識したIR活動

株主および投資家の方々のもとへ積極的に出向いています

TOTOの株主構成比は過去上位を占めていた金融機関の保有比率が低下し、個人株主や海外投資会社が保有する比率が増加しています。それに伴い透明かつ公正で、より身近に感じられるIR（Investor Relation＝投資家向け広報）活動が必要とされるようになりました。TOTOでは決算発表の場に社長自らおもむくだけでなく、欧米やアジアの海外機関投資家を直接訪問して報告する頻度を増やし、株主および投資家の方々に接近し、直接コミュニケーションを図ることを意識したIR活動を実施しています。2006年度は機関投資家に対して工場・研究所見学を実施し、決算説明会の内容をより細かくフォローするスモールミーティングを開催。また個人投資家に対してもセミナーを開催したり、ホームページの専門サイトを充実させるなど、積極的な情報開示を行っています。

個人投資家向け説明会

個人投資家の資産運用拡大・多角化が進む中、TOTOは個人投資家の皆さまとのコミュニケーションを大切に考えています。2006年度は個人投資家向け説明会を、九州・北陸・近畿の計7都市（鹿児島・熊本・福岡・新潟・金沢・京都・奈良）で行い、それぞれ約100名の参加者がありました。TOTOの取り組みや商品についてわかりやすくお伝えし、ショールームへのお誘いなどをあわせて行うことで、TOTOに対する理解を深めていただくことはもちろん、参加した方々の満足感につながるような情報提供の場になることを意識して行っています。

会場は満席で、TOTOの事業活動に関心を持って聞いていただきました

海外機関投資家との接点

経済のグローバル化にあわせた海外IR活動

海外機関投資家訪問の実施

TOTOの外国人株主比率は年々上昇し、2007年は発行済み株式の約1／4が外国人株主によって保有されています。経済のグローバル化が進む中、TOTOの企業経営戦略を十分に理解した上で外国人投資家にも株を保有していただくため、2001年度より海外IR活動を行ってきました。2006年5月には欧州4都市17社、6月に米国3都市15社、そして7月にアジア2都市8社の投資家を訪問しました。今後も経営トップによる海外IR活動を継続していきます。

海外機関投資家を招いての会社説明会に参加

証券会社主催の海外機関投資家を招いてのイベントに参加しています。2006年度は国内外の投資家約100名に対しTOTOの事業戦略を説明しました。そしてこれまで接触機会の少なかった海外の投資家を中心に、プレゼンテーションならびに個別ミーティングを実施し、TOTOの経営理念にご理解をいただいています。次の中期経営計画に関心を持っていただく、よい機会となりました。

多くの海外機関投資家にTOTOを知っていただく、よい機会となりました

SRI（社会的責任投資）評価機関からの評価（2007年6月現在）

ダウ・ジョーンズ・サステナビリティ・インデックス（米国） 世界の大手企業2,500社を対象に経済、環境、社会の観点で調査、上位10%の評価を得た300社を組み入れ。TOTOは、2005年に引き続き2年連続の採用。

Dow Jones Sustainability Indexes

エティベル・サステナビリティ・インデックス（ベルギー） 欧州、米国、アジア諸国の1,500以上の企業を対象に、持続的な発展やステークホルダーとの関係などのCSRの取り組みによって評価・選定。TOTOは、2006年初めての採用。

ETHIBEL

モーニングスター社会的責任投資株価指数（日本） 国内の上場公開企業約3,600社を対象にガバナンス、マーケット、雇用、社会貢献、環境の5つの基準で評価。TOTOは、構成銘柄150社のうち1社として、2006年初めての採用。

MS-SRI モーニングスター社会的責任投資株価指数 Morningstar Socially Responsible Investment Index

株主の皆さまとの親密な関係づくり

直接サービスや商品に触れていただきたい

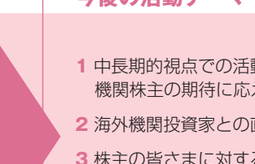
株主アンケートの実施

TOTOの企業価値最大化に向けて支援してくださる株主の皆さまと相互理解を深めるため、株主総会・事業報告書において株主アンケートを実施しています。アンケートの回答集計結果から株主総会の進め方について改善すべき点や株主の皆さまから見たTOTOの姿を客観的に分析し、今後の取り組みにつなげています。

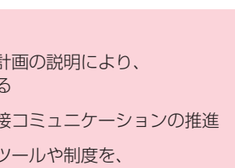
株主アンケートの結果（2006年3月実施）

株主優待制度の内容をご存じでしたか？	58.4% 知っていた	41.6% 知らなかった

「ショールームへのお誘い」について



「リモデル時のご優待」について



株主優待制度

個人株主の皆さまとのより親密な関係づくり、および個人株主の増加を目指して「株主優待制度」を実施しています。お客様との接点であるショールームを見学していただいた株主の皆さまには、来館記念品を差し上げています。またトイレのリモデル（増改築）を実施される株主の皆さまを対象に、リモデル好適商品ご購入の際のキャッシュバック制度を実施しています。今後はTOTOグループ会社で展開している生活関連商品のカタログ通信販売を活用して、株主の皆さまに株主優待制度がさらに浸透するよう窓口を広げていくとともに、多彩なTOTOの商品に対する認知を深めていただけるよう取り組んでいきます。

活動テーマ	2006年度 活動実績
決算・年度方針等の迅速な情報開示	●社内外への「年度方針説明会」の継続実施 ●決算発表会の早期実施
海外IR活動の推進	●日本における海外IR向け会社説明会の実施
決算説明会のフォローの継続	●スモールミーティングの継続実施
コミュニケーションツールの活用	●IR向けに「TOTO Today」を年2回発行
相互理解の深化	●株主アンケートの実施

ステークホルダーからのご意見

- 株主より　最初は安定性のみ注目していましたが、近頃は技術面やデザイン面など企業の力を評価している
- 株主より　過去の業績も含めて考えると、現在の株価が物足りない。もっと頑張って、将来像をPRして欲しい
- 株主より　「残された10年」で、今後の住宅減少時代にどのように対応していくか、その戦略を立てられるかが勝負だと思う

今後の活動テーマ

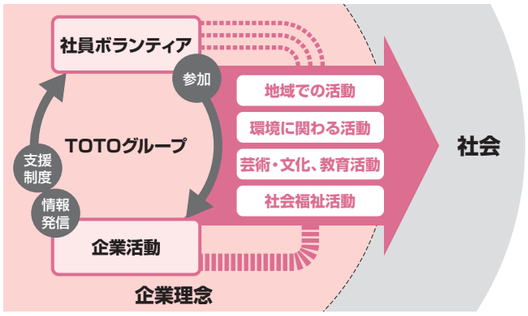
1 中長期的視点での活動計画の説明により、機関株主の期待に応える
2 海外機関投資家との直接コミュニケーションの推進
3 株主の皆さまに対するツールや制度を、使いやすく、わかりやすいものにするための見直しを図る

社会との共生

TOTOグループ社会貢献・地域共生方針

TOTOグループは、水まわりを中心とした、
豊かで快適な生活文化を創造することで、
社会の発展に貢献する企業を目指し、
よき企業市民として、経営資源を有効に活用して
社会貢献・地域共生活動を行い、
よりよい社会を築き支え、社会と共生します。

社会貢献・地域共生の考え方



TOTOグループが目指す社会貢献活動

情報を開示し、目に見える活動を

TOTOでは、グループ全体で取り組む社会貢献活動から地域に根ざした活動や個人単位での活動まで幅広く推進していきたいと考えています。そこで、活動報告をホームページ上に公開し、社会の皆さまに活動を知っていただくとともに、社員の間で情報を共有し、社会貢献活動の啓発を図るなど、TOTOグループの社員一人ひとりが広く社会貢献に参加できる風土づくりを進めています。またボランティア休暇制度の導入により、グループ社員の積極的な参加を推進・支援しています。

2006年度「TOTO水環境基金」

グループ社員のボランティア参加を呼びかけています

TOTOグループでは「創りだそう！水と暮らしの新しい文化」をテーマとして、2005年度よりNPOや市民団体の水に関する活動への取り組みをサポートする「TOTO水環境基金」を展開しています。第2回となった2006年度は、全国89の団体から応募が寄せられ、12団体・合計1,560万円の助成をしました。選考時には全国各地のTOTOグループ社員で構成した選考委員が現地におもむき、ヒアリングや現場の視察を行いながら活動内容を確認し、助成団体を厳選しました。さらに助成金による経済的支援だけでなく、選考後も定期的に各団体と連絡を取り合いながら活動を見守っています。またTOTOグループ社員も地域社会の一員として、全国各地で展開されている各助成団体のボランティア活動に参加しています。

TOTO水環境基金 2006年度助成先

	主な活動地域 ／ 団体名	プロジェクト名
1	北海道河東郡士幌町　ぱん ぱん ぱんぶきん	ウォーター・リバイバルプラン「親水塾」事業
2	千葉県市原市 NPO法人 ふるさと生きがいづくり	村田川・牧園自然公園周辺 自然ふるさとづくり
3	東京都（全国各地） ぜんかんれん	水資源クリーンキャンペーン& エコクラブ探検隊
4	神奈川県横浜市（相模川流域） NPO法人 ヨコハマ創造空間	水源の森からこんにちは！！ 水と森の出張教室
5	山梨県北杜市 NPO法人 えがおつなげて	マイクロ水力発電による小中学生向け 自然エネルギー教育プロジェクト
6	滋賀県高島市　NPO法人 夢工房	“水守の郷” 企画
7	大阪府大阪市　NPO法人 ふくてっく	大阪城公園癒しの泉の活用調査研究
8	高知県（四万十川流域） （社）西土佐環境・文化センター 四万十楽舎	四万十ドラゴンラン
9	愛媛県松山市　宮前川クリーンネット	宮前川環境浄化プロジェクト
10	福岡県大川市　アクアリング委員会	ほりの再生プロジェクト
11	熊本県人吉市 やまんたろ♡かわんたろの会	森の赤ちゃん・どんぐりの苗を育てて、 実生の森をつくろう！
12	沖縄県南城市　NPO法人 珊瑚舎スコーレ	山がんまり ー島型エコシステム再生プロジェクト

子どもたち対象の地域イベントに参加

スポーツや体験授業などを通じて地域活動を支援しています

キッズチャレンジスポーツ大会2006 in 北九州

2006年5月、第2回大会を本社グラウンドおよび体育館で開催しました。子どもたちの健全なる育成を願ったもので、第1回大会よりTOTOが特別協賛しています。当日は小学生とその家族約420人が参加し、TOTO陸上競技部による陸上教室や五輪金メダリストの中野大輔氏による体操教室等、充実したイベントとなりました。

エコキッズ探検隊 in 茅ヶ崎　浜っ子パークスペシャル

TOTOグループは体験授業支援も行っています。2006年7月には、神奈川県茅ヶ崎市の小学校において、茅ヶ崎の環境やエコロジーのことを体験学習するイベントが「浜っ子トラストチーム」主催で行われましたが、TOTOもそのイベントに参加。子どもたちをTOTO茅ヶ崎工場へ招待し、リサイクル試験工場や陶芸教室などの見学、TOTOの環境への取り組みを授業形式で行うなど、いろいろなプログラムを実施して環境教育をサポートしました。

キッズ　元気っ子！マラソン大会2007 in 北九州

2007年1月、「選抜女子駅伝」のエキシビションとして、TOTO特別協賛による第1回大会を開催しました。幼稚園・保育園の子どもたちがスポーツに親しみながら健康に育つことを願ったもので、会場には約3,000人が来場して選抜女子駅伝の応援と町の活性化に貢献しました。TOTOグループからは約20人がボランティアで参加しました。

創立90周年を記念して、社員一人ひとりの力で育てる“TOTOどんぐりの森づくり”がスタートしました。

TOTOグループでは、水環境を中心とした地球環境保全への取り組みとして、「TOTOどんぐりの森づくり」をスタートしました。この活動はTOTOグループ全社員が自宅の近くなどで「どんぐり」を拾い、自分たちの手で苗木を育て、整備が必要な山などに植林を行い、水源の森の保全を目指すものです。また、地域の皆さま・NPOとの共同も予定しています。

社員一人ひとりが活動に取り組むことで、環境保全に対する意識が高まり、やがて一人ひとりの取り組みの成果が水環境の保全、地球温暖化対策など地球規模での自然環境保護につながります。
TOTOは全社員一丸となって「すべての生命を守る森づくり」を展開していきます。

活動テーマ	2006年度 活動実績
「TOTO水環境基金」を通じた社会貢献活動の推進	●2005年度の検証を踏まえた、2006年度「TOTO水環境基金」の推進 ●2007年度「TOTO水環境基金」の活動案の検討
社会貢献活動の社内啓発および支援体制の確立	●子どもを対象としたスポーツ大会等の実施 ●グループ社員の社会貢献活動参加の推進
社会貢献活動の社外への情報発信	●ホームページにおける「社会貢献」コンテンツの充実
グローバルな社会貢献活動の推進	●海外での活動体制を構築

ステークホルダーからのご意見

- 一般のお客様より　社会貢献への取り組みとして、個人個人が積極的に参加の気持ちを持つような社員教育を行って欲しい
- 地域の皆さまより　企業と地域が一緒に活動できるシステムをつくり、生涯学習プログラムなどによる地域貢献を広げて欲しい
- 地域の皆さまより　まだ企業の情報公開面が弱いと思う。公害等は即時公開されているが、地域コミュニケーション面ではまだまだなので、率先して行って欲しい

今後の活動テーマ

1 グループ全社員参加型の社会貢献活動の実施
2 社会貢献活動において、NPO・NGO等と協力していく体制を整える
3 社会貢献活動の情報収集の仕組みを構築し、情報発信の充実を図る
4 海外における社会貢献活動の推進

UD研究所主催の「子どもUD体験講座」

ユニバーサルデザインへの理解を深める体験を実施

子ども用高齢者疑似体験装具を着用して、使いにくさや見えにくさを体験する子どもたち

UD研究所が中心となって、ユニバーサルデザインへの理解を深め、意識を育んでもらうための講習会や高齢者疑似体験などを行う「子どもUD体験講座」を実施しています。2006年7月、UD研究所に地域の子どもたちを招いて行われた、新旧の住まい比較体験などの講座に続けて、2007年3月には茅ヶ崎工場ショールームにて水まわり商品の使いやすさを体験する講座を開催しました。7月の講座には小学生16人と保護者6人が参加し、高齢者の関節の曲がりにくさや白内障などによる見えにくさの疑似体験、車いすでの移動時のバリアなどを体験しました。体験後は活発な意見交換が行われ、「お年寄りは不自由な生活をしていると感じた」「人の気持ちになることで、生活に使いやすいものがつくられるのだと思った」などの感想が寄せられ、好評を博しました。

体験を振り返っての学習も開催

工場での地域に密着した貢献活動

地域の皆さまへの感謝を込めて、交流を深めています

陶芸教室「ドロノワ倶楽部」

1994年に、ドロ(土)を通じて地域に楽しい人のワ(和・輪)を広げることを目的に茅ヶ崎工場内に誕生しました。衛生陶器の製造で培ったTOTOの経験と技術を活かした、新しい形の陶芸教室です。近隣小・中学校の課外授業や、リハビリを目的とした病院への出前教室といった活動のほか、作品を販売した売上金を市の社会福祉協議会に寄付するなど、福祉活動にも取り組んでいます。

工場主催の「夏まつり」

日ごろお世話になっている地域の皆さまへ感謝の気持ちを示し、交流を深めるために全国12拠点で毎年開催しています。社員が中心となって露店を企画運営し、食べ物や飲み物の店を中心に、おもちゃや陶器の店などを出店しており、毎年多くの方々にご来場いただいています。

北京東陶で社員家族を工場見学に招待

社員との連帯を深め、職場環境の改善に役立てています

手づくりの陶器を記念品に

子ども12人、大人1人が参加しました

北京でTOTO衛生陶器を生産している北京東陶有限公司には年間千人以上の見学者が訪れますが、2006年には新しい見学者として社員の家族を招待しました。家族の皆さんは、説明を受けながらすべての生産ラインを見学。快適な職場環境の整備に努めていること、工場の空調設備や除塵設備が整っていることなどを確認していただきました。社員食堂での食事や陶芸体験を通して、家族が働く会社への関心と理解を深めている様子でした。北京東陶では、今後もこのような機会を増やしていきたいと考えています。

寄付を通じて地域福祉を支援

グループ社員が休日を利用して鏡の取付けを行いました

保育園での取付作業

2007年2月、TOTOグループの建材メーカー「TOTOマテリア」は、社会貢献の一環として自社で生産した鏡を保育園や福祉施設に寄付しました。鏡は社員が休日に時間を割いて、順次地域の保育園や老人福祉施設など計12施設に設置しました。

「学校のトイレ研究会」*から地域社会へ

子どもたちの意見を反映した参加型トイレづくりを支援しています

校舎の老朽化や清掃・メンテナンスの不備により、学校のトイレ環境は子どもたちから5K(汚い・暗い・臭い・怖い・壊れている)と嫌われ、ひやかされたりいじめられたりする精神的苦痛から排便を我慢する子どもが多く、健康に対する悪影響が懸念されています。こうした状況を改善し、清潔で明るく快適な学校のトイレづくりの実現を目指して、研究会では冊子の発行、フォーラムやセミナーの開催、講演活動を10年にわたり行ってきました。またトイレの改修によって教育的成果を挙げた学校の成功例を紹介し、子どもたちの意見を反映した参加型トイレづくりの重要性を訴えてきた結果、全国の自治体や教育委員会に支持されるようになりました。今後は災害時や地域開放時に、誰もがバリアフリー水洗トイレを利用できるように、学校のトイレの抜本的な整備を呼びかけていきます。TOTOは事務局として、継続的に研究会の活動を推進していきます。

＊学校のトイレ研究会

子どもたちや地域の人たちが安心して使える、清潔で快適な学校トイレづくりを目指して、1996年11月に発足。(株)岡村製作所、(株)木村徳太郎商店、ジョンソンディバーシー(株)、デコラニット(株)、TOTO(株)、(株)ベスト、ロンシール工業(株)のトイレ関連5業種7社で構成され、TOTO(株)が事務局を務めています。

毎年発行される提案内容をまとめた小冊子

2007年2月発行のVol.10

本社に「TOTO歴史資料館」を開設、ものづくりの思想とその歩みの情報発信基地として公開しています。

2007年3月、古い製品やカタログ、資料の保存とその一部の一般公開を目的にオープンしました。大正期～昭和初期の衛生陶器や初代ウォシュレット、旧総理大臣官邸で実際に使用された器具などを展示し、90年にわたるTOTOのものづくりの歴史や、日本の水まわり器具の変遷を確認することができます。TOTO歴史資料館では、今後も全国各地での「ミニトイレ博物館」開催、地域の方々を対象にした「TOTOものづくりセミナー」等のイベントや歴史的建築物に設置されている古い製品の調査研究への参画を通じて、社会に対する信頼の醸成ときずなづくりを行っていきます。

生活文化に関する質の高い情報を発信

ギャラリーと出版によるTOTOならではの文化支援活動

ギャラリー・間*　http://www.toto.co.jp/gallerma/index.html

建築とインテリアデザインの専門ギャラリーとして1985年に活動を開始したギャラリー・間は、自主企画による展覧会・講演会などを通じて、国内外の建築家やデザイナーの思想・哲学を伝えながら、質の高い情報の発信地となることを目指しています。20年を超える長きにわたる活動は、TOTOの文化活動として広く建築界・建築を志す学生たちから高く評価されるとともに、現在では一般のお客様のデザインに対する関心の高まりからも注目されるようになってきました。2000年から始まった地方大学との連携による巡回展は、2006年には台湾TOTOとの共同によって台北・高雄でも開催され、ギャラリー・間の活動が広く台湾でも紹介されました。また、2006年から全国建築学科の卒業設計の日本一を競うコンペの受賞作品を展示する「卒業設計日本一展」の開催も始め、多くの学生の支持を集めています。こうした活動は、TOTO出版との連動を図りながら、広く社会に情報発信しています。

＊ギャラリー・間(GALLERY・MA)

名称は、人間・時間・空間それぞれの間合いという日本特有の概念を表象したものです。水まわりの総合メーカーであるTOTOが運営する建築とインテリアデザインを主とした専門ギャラリーとして1985年10月に誕生しました。

2007年3月～5月に開催された「アトリエ・ワン展」　撮影：ナカサアンドパートナーズ

2006～2007年に「ギャラリー・間」の展示と連動して出版された書籍

「ルミノシティ／ボロシティ」(スティーヴン・ホール 著)

「タッチストン 大橋晃朗の家具」(多木浩二、伊東豊雄、坂本一成 監修　藤塚光政 写真)

「rule of the site そこにしかない形式」(千葉学 著)

「図解 アトリエ・ワン」(アトリエ・ワン 著)

TOTO出版　http://www.toto.co.jp/bookshop/index.html

TOTO出版は1989年の創設以来、280冊余りの書籍を発行し、全国の書店を通じて販売しています。刊行ジャンルはTOTOに関わる建築・デザイン・生活文化を中心とし、幅広い年齢層の方々に向けてさまざまな情報を発信しています。2006年度には世界各国の食事情をリポートした『地球の食卓』が全国紙にも紹介されるなど大ヒットしたほか、日本を代表する建築家・安藤忠雄氏の作品集など話題の書籍を11冊発行し、ギャラリー・間と並んでTOTOの文化活動として広く社会に貢献しています。

環境への取り組み

TOTOグループ地球環境方針

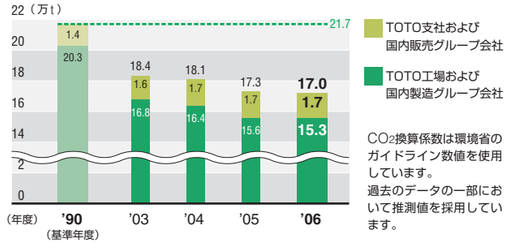
TOTOグループは、「水」に象徴される、
地球資源が有効に活用、循環される
「商品づくり」「企業経営」
「社会システムの形成」を実現します。

目標達成に向けた全部門での取り組み

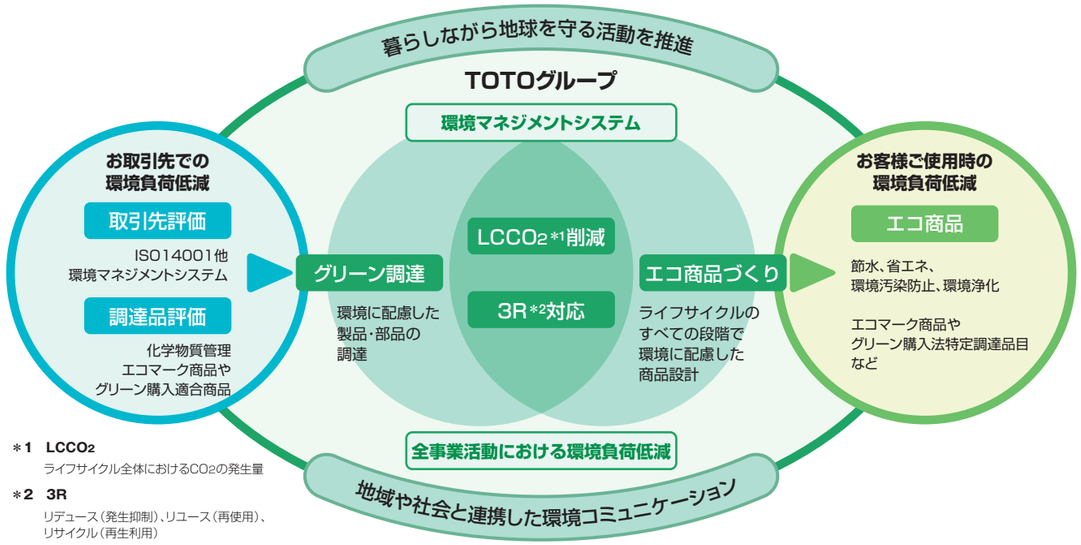
徹底した省エネ活動を推進しています

国内グループでのCO_2排出量を2010年度までに20%削減（1990年度比）することを目標に、製造部門での燃料転換、物流・販売部門での省エネ活動など、全社を挙げてCO_2削減活動に取り組んでいます。2005年度には目標の20%削減（1990年度比）を達成し、2006年度も21.7%の削減（1990年度比）となり、今後もこの削減数値の維持・向上に努めます。また、海外生産拠点では省エネ・CO_2排出量削減の具体的な目標設定に向けて、エネルギー使用状況の把握を進めています。

TOTO国内グループCO_2排出量の推移



CO_2換算係数は環境省のガイドライン数値を使用しています。
過去のデータの一部において推測値を採用しています。



＊1 $LCCO_2$
ライフサイクル全体におけるCO_2の発生量

＊2 3R
リデュース（発生抑制）、リユース（再使用）、
リサイクル（再生利用）

生産拠点でのCO_2削減の取り組み

各工場ごとに燃料転換や省エネ施策を推進しています

TOTOグループでは国内の全生産拠点において、衛生陶器焼成窯などで使用されている灯油やLPG燃料を都市ガスへ転換することでCO_2を削減してきています。2006年度に大分工場・TOTOサニテクノ、TOTOバスクリエイトで燃料転換を実施した結果、年換算で約2,800tのCO_2を削減できました。現在中津工場でも燃料転換工事を行っており、2007年6月に完了予定です。完了後は年換算で約5,000tのCO_2削減が期待できます。

またTOTOグループの省エネ活動や燃料転換で得たコストメリットの約5%を再生可能エネルギーの投資にあてる方針を設けています。2006年度は茅ヶ崎工場に10kWの太陽光発電設備を導入し、年換算で4tのCO_2を削減できました。

茅ヶ崎工場の太陽光発電設備

さらにTOTO国内グループの設備を更新する際は省エネ性の優れた高効率機器を選定していく方針を立て、省エネに取り組んでいきます。

TOTOにおける省エネ活動は1993年に環境保全活動の基本となる「地球環境方針」を制定して以来、国内の生産拠点を主体に推進してきました。ますますエネルギー問題が重要となった現在、国内のグループ会社や国内の非生産拠点である支社、営業所も含めた活動に幅を広げています。事業のグローバル化が加速される中、2004年度から海外グループ会社（15工場）も参加し、TOTOグループ一丸となった取り組みを展開しています。

全オフィスでの省エネ活動

TOTOは「チーム・マイナス6%」に参加しています

TOTOは、環境省主導による地球温暖化防止のための国民運動「チーム・マイナス6%」に参加登録し、グループを挙げてオフィスの省エネ活動を推進しています。6月から9月までをクールビズ期間として、オフィス内の冷房温度を28℃に設定し、男性は原則ノーネクタイとなります。さらに11月から3月までをウォームビズ期間としてオフィス内の暖房温度を20℃に設定し、省エネ活動に取り組んでいます。

クールビズを呼びかけるポスター

また2006年度は、全員参加の意識を高めるために「オフィスの省エネコンテスト」を開催しました。はじめに具体的なCO_2削減数値目標を掲げ、同年7月と8月の省エネ実績を集計し、目標数値をどれだけ達成できたか評価を行い、1位から3位までのオフィスを表彰しました。今後も社員の省エネに対する意識の定着を図るとともに、組織的な取り組みを続けていくことで、地球温暖化防止につなげていきます。

オフィスの省エネコンテスト実績

	2005年 7~8月	2006年 7~8月
電力使用量 2ヵ月合計（kWh）	5,123,622	4,780,547
	2006年削減目標 2005年より3%削減	2006年度結果 2005年より6.7%削減
電力削減量（kWh）	—	343,075
CO_2削減量（t）	—	129.7

車両管理システムをグループ会社に展開中

運転記録の電子データを有効活用し、環境負荷低減を図ります

TOTOグループ共通の業務用車両管理システムを導入し、コスト削減や業務の効率化を図り、あわせてCO_2排出量を把握するなど、環境負荷低減へつなげています。ハイブリッドカーや軽自動車への切り替えの効果もあって、2006年度のTOTO業務用車両のCO_2排出量は2,916t（2005年度3,235t）で対前年度比9.9%減となっています。

活動テーマ	2006年度 活動実績
CO_2排出量の抑制とエネルギー効率利用の推進	●生産拠点での燃料転換・省エネによるCO_2排出量削減 ●TOTOグループ全体のエネルギー情報収集
オフィスの省エネ活動推進	●TOTOグループの全オフィスにて冷暖房・照明・パソコン電力削減の取り組みを徹底
公害関連法規制の遵守	●法令違反、事故および苦情の発生件数：0件
PRTR法による指定化学物質の排出量削減（削減目標：20%）	●化学物質の排出量：18%削減（2004年度比）

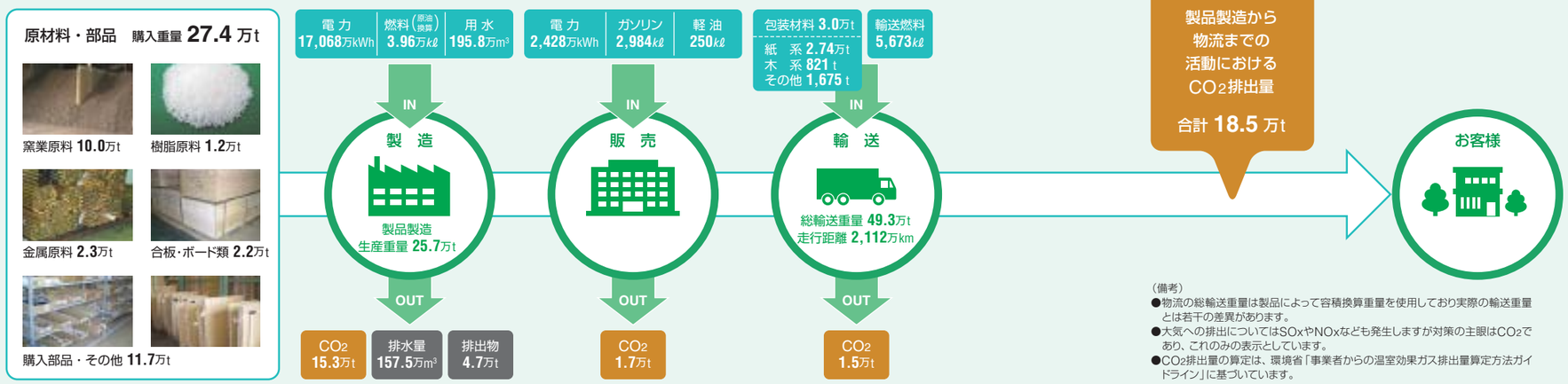
ステークホルダーからのご意見

- 一般のお客様より　CO_2削減目標の達成はすばらしいが、なぜ達成できたのかも説明して欲しい
  ➡ （上部関連記事参照）
- 消防関係者より　近年、危険物の事故が増加している。特に地下タンクは土壌や海洋汚染を引き起こす可能性が高いので注意が必要

今後の活動テーマ

1 CO_2排出量の抑制とエネルギー効率利用の推進の海外生産拠点での取り組み強化
2 事業所における法規制遵守の強化および化学物質の排出量削減による環境リスクの低減

2006年度環境負荷の全体概要



（備考）
- 物流の総輸送重量は製品によって容積換算重量を使用しており実際の輸送重量とは若干の差異があります。
- 大気への排出についてはSOxやNOxなども発生しますが対策の主眼はCO_2であり、これのみの表示としています。
- CO_2排出量の算定は、環境省「事業者からの温室効果ガス排出量算定方法ガイドライン」に基づいています。

報告対象範囲：TOTO（株）および国内グループ会社

包装材料削減の取り組み

3Rに基づいた省包装を推進

TOTOでは3R（リデュース・リユース・リサイクル）を基本原則としたTOTO独自の包装設計ガイドラインを策定し、包装材料の削減を推進しています。

包装材料削減の改善事例

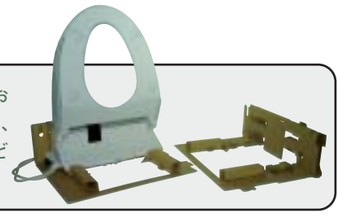
クリーンドライ（ハンドドライヤー）の包装見直し

包装の構造を見直し、梱包寸法を小さくすることで包装材料を削減しました。また梱包容積を小さくすることでトラックやコンテナへの積載量が増え、輸送効率の向上にもつながりました。

包装材質量：3,400g/ケース ……2,800g/ケース
梱包寸法：L780×W410×H310mm……L780×W380×H285mm

日本パッケージングコンテストに7年連続入賞

（社）日本包装技術協会主催「日本パッケージングコンテスト」において、ウォシュレットが適正包装賞を受賞しました。従来品に比べ、包装材料を35%削減したこと、包装作業の効率化が図れたことなどが評価されました。TOTOの受賞は、今回で7年連続となります。



輸送燃料削減の取り組み

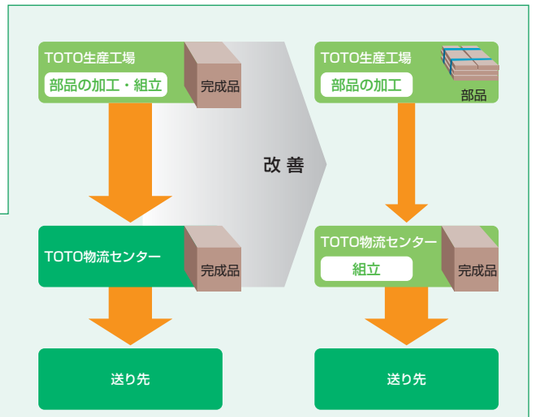
加工物流やモーダルシフトの更なる推進

地球温暖化の原因とされているCO_2排出量の削減を目的に、TOTO商品の輸送燃料の削減活動に取り組んでいます。

輸送燃料削減の改善事例

加工物流の実施による輸送燃料の削減

一部の製品では、従来は生産工場で部品の加工・組立を行い、完成品として物流センターに輸送していました。改善後は市場近郊の物流センターまで部品を輸送し、そこで完成品に組み立てることで、生産工場と物流センター間の輸送効率が向上し、輸送燃料の削減につながりました。



改正省エネ法への取り組み

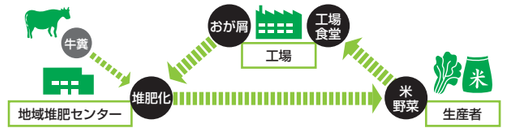
2006年4月より改正省エネ法が施行され、物流部門での輸送燃料の削減活動が一層重要になりました。今後も国内外で輸送ルートの見直し、販売代理店様との共同配送、加工物流の拡大、モーダルシフトなど輸配送の効率化を図り、輸送燃料削減を推進していきます。

排出物再資源化の取り組み

循環型リサイクルを推進しています

おが屑のリサイクル

2006年、TOTOハイリビング行橋工場では、洗面化粧台やシステムキッチンなどの板材を切断する際に発生するおが屑のリサイクルに取り組みました。おが屑は地域内にある町運営の堆肥センターに有価売却し、ここで牛糞と混ぜ堆肥化し農家で利用されています。循環型社会形成に向けた取り組みとして、収穫された農作物は行橋工場の食堂でも使用されています。月に28t排出されているおが屑のうち15t（54%）は町へ売却、残りは外部でサーマルリサイクル（熱利用）しています。



陶器屑等のリサイクル

陶器屑

不良品を破砕した陶器屑は、路盤材料として道路等の基礎工事に、レジンコンクリート景観材料として路面表示板や車止め、柵柱などに活用されています。今後は樹脂カウンター等への活用に向けて試作・検討していきます。
プレス土（粘土屑）はセメントやレンガ、瓦の原料としてリサイクルされており、今後はリサイクルレンガやタイル原料等への活用に向けて試作・検討していきます。

使用済み製品のリサイクル試行

ウォシュレットリサイクルの取り組みを社外に向けて発信

使用済みウォシュレットを神奈川エリア限定にて試験回収しています。回収したウォシュレットの蓋や外装部分は粉砕して細かなチップにしたあと再生プラスチックとして国内外で販売したり、ボールペンやマーカー類、携帯ストラップに加工してTOTOグループ内で活用しています。「回路基板保護容器」といった部品へのリサイクルも始めています。

リサイクル用に分解されたウォシュレット

活動テーマ	2006年度 活動実績
包装材料の削減	●包装材料の削減：10.7%削減（2000年度比）
輸送燃料の削減	●輸送燃料の削減：9.2%削減（2000年度比）
排出物の減量化・再資源化推進	●工場排出物の減量化：8.7%増（2002年度比） ●工場排出物の再資源化：99.96%
使用済み製品の回収・処理システムの研究	●茅ヶ崎工場のウォシュレットリサイクル試行

ステークホルダーからのご意見

- 建設会社様、住宅会社様より　納入製品の省包装を進めて欲しい
- 地域の皆さまより　ウォシュレットを含めた使用済み製品のリサイクルをしっかりやって欲しい

今後の活動テーマ

1. 3Rに基づく省包装の推進
2. 加工物流の拡大およびモーダルシフトの推進
3. 事業活動全般における排出物の減量化と再資源化の推進
4. 製品へのリサイクル材活用を含めた、リサイクル材の活用方法の開拓

第5次（2004～2006年度）地球環境保全行動計画実績要約（2006年度）

区分	項目	2006年度末目標（第5次環境保全行動計画の最終年度目標）	2004年度実績	2005年度実績	2006年度実績	評価
環境マネジメントシステム	海外拠点のISO14001認証取得	取得拠点：3拠点	取得拠点：2拠点（台湾、上海）	取得拠点：4拠点（南京、STI、大連、WL上海）	3拠点（累計9拠点）（広州、華東、TUS）	◎
商品開発	エコ（環境配慮型）商品の開発	エコ商品開発比率 *1：90%以上維持継続	94%	96%	97%	◎
グリーン購入・調達	使用禁止化学物質の不使用証明書入手	国内：100% 海外：90%以上	国内：92% 海外：94%	国内：98% 海外：98%	国内：99% 海外：99%	○ ◎
エネルギー	CO_2排出量の削減 *2	総排出量：3%削減（2003年度比） TOTO全工場：4,200 t 製造グループ会社：1,020 t	TOTO全工場：5,100 t 製造グループ会社：323 t	TOTO全工場：1,905 t 製造グループ会社：978 t	TOTO全工場：2,696 t（累計9,701 t　6.9%） 製造グループ会社：2,488 t（累計3,789 t　11.1%）	◎ ◎
	エネルギー効率利用の推進 *3	原単位：3%向上（2003年度比）	TOTO全工場：4.0%向上 製造グループ会社：13.8%向上	TOTO全工場：1.5%悪化 製造グループ会社：0.2%悪化	TOTO全工場：1.0%向上〈2003年度比 4.3%向上〉*5 製造グループ会社：±0〈2003年度比 9.2%向上〉*5	◎ ◎
汚染予防	公害関連法規制の遵守	法令違反件数：0件／年	国内：0件 海外：2件	国内：0件 海外：0件	国内：0件 海外：0件	◎
	PRTR法指定化学物質 *4 の排出量削減	20%削減（2004年度比）	削減物質の選定	6%削減	18%削減	△
排出物	工場排出物の減量化	TOTO全工場：14%以上減（2002年度比）	TOTO全工場：2.8%減	TOTO全工場：0.5%減	TOTO全工場：2.4%増	×
		製造グループ会社：17%以上減（2002年度比）	製造グループ会社：10%増	製造グループ会社：24%増	製造グループ会社：23.4%増	×
物流	包装材料の削減	10.5%削減（2000年度比）	9.3%削減	9.9%削減	10.7%削減	◎
	輸送燃料の削減	9.0%削減（2000年度比）	7.0%削減	8.1%削減	9.2%削減	◎
使用済み製品	使用済み製品の回収・処理システムの研究	計画進捗率：100%	100%	100%	100%	◎

*1 **エコ商品開発比率：** 対象年度発売の新TOTOエコ商品の売上見込み ／ 対象年度発売のすべての新商品の売上見込み × 100
（売上見込みは発売3年度目の見込み値を用いる）

*2 CO_2削減量：対象年度中に実施した対策による削減効果（年間換算）の数値
CO_2排出量：環境省の排出量算定ガイドラインにより算定

*3 **エネルギー原単位：** エネルギー使用量（原油換算：kℓ） ／ 生産量（t）
（各工場の原単位指標を生産重量に換算）

*4 対象：代替技術が確立されている物質

*5 〈 〉は3ヵ年の間に原単位の指標を変更した工場があるため、指標補正後の数値を記載

評価基準
◎… 目標に対し十分達成（達成率100%以上）
○… 目標に対し達成（達成率95～100%未満）
△… 目標に対しやや未達成（達成率70～95%未満）
×… 目標に対し未達成（達成率70%未満）

第5次地球環境保全行動計画の総括

第5次地球環境保全行動計画の最終年度であった2006年度は、全項目のうち「排出物の減量化」を除きほぼ目標を達成しました。「排出物の減量化」については、減量化活動を進めたものの生産量の増加等の影響が大きく目標を下回りました。目標を達成した項目については2007年度からの第6次行動計画でもさらに改善活動を継続して進めていきます。「排出物の減量化」については、「排出物減量化推進会議」などを通じ全事業場一丸となった生産量の増加に左右されにくい改善活動を継続して進めていきます。

今後の取り組みについて

第6次地球環境保全行動計画では、活動対象拠点をより拡大し海外拠点も含めてグローバルに展開していきます。重点施策として「脱温暖化社会構築のための、生産・物流・販売活動におけるCO_2削減、および節水・省エネNO.1のエコ商品・エコ技術の開発」を柱に、地球環境保全活動を推進していきます。

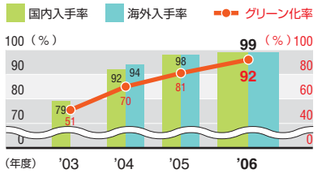
第6次（2007～2009年度）地球環境保全行動計画（主要項目）

区分	項目	管理項目	2009年度末目標（第6次環境保全行動計画の最終年度目標）
商品開発	エコ（環境配慮型）商品の開発	エコ商品開発比率	90%以上
		エコ商品売上比率 *6	対前年度実績+5ポイント
	製品含有化学物質管理	計画進捗率	全社運用開始
エネルギー	CO_2排出量抑制の推進	原単位向上率	2006年度比　3%向上
汚染予防	法規制遵守状況強化による環境リスク管理	法違反および苦情件数	0件／年
排出物	グループ会社の排出物減量化	売上高原単位	2006年度比　3%削減
物流	包装材料の削減	削減率	2000年度比　12%削減
	輸送燃料の削減	削減率	2006年度比　3%削減
	建設現場からの施工端材・包装残材回収システムの運営	計画進捗率	回収体制の安定運営
使用済み製品	リサイクル材の活用先開拓	開拓件数	1件／年以上

*6 **エコ商品売上比率：** 対象年度のTOTOエコ商品売上実績 ／ 対象年度のTOTO全商品売上実績 × 100

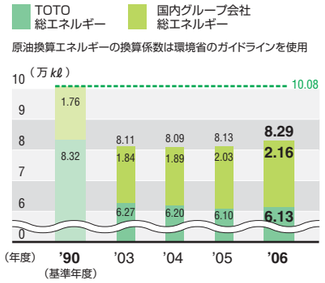
グリーン調達推進状況

全取引先様に対するグリーン調達基準を満たすAランクの取引先様の割合をグリーン化率、また、海外の取引先様を含めて、ご提出いただいた使用禁止化学物質の不使用証明書の入手割合を入手率として、グリーン調達の推進状況を把握しています。使用禁止化学物質については、2006年10月より対象物質を24から33に増やして、活動を推進中です。



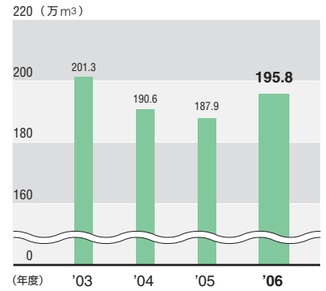
エネルギー使用量の推移

国内製造で使用した総エネルギー量は、生産量増加の影響により前年と比べ微増でしたが、省エネ施策等の効果で2006年度は1990年度比で82%程度となっています。今後も省エネ対策を推進していきます。



水使用量

国内製造で使用する水の量は生産量増加の影響により前年と比べて増加となりました。今後は更なる節水活動を推進していきます。



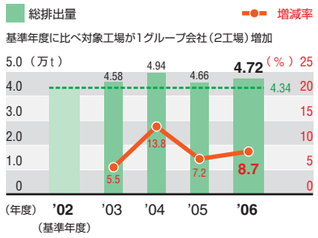
公害関連法規制などの遵守

環境マネジメントシステムの推進により、汚染の未然防止に努め、法規制遵守はもとより自主管理基準を定めて、環境負荷の低減と汚染の未然防止に努めています。

管理事項	目標	実績
公害関連法規制等の遵守	法違反件数 0件	国内：0件 海外：0件
公害事故および苦情の発生件数	事故発生件数 0件	0件
	苦情発生件数 0件	0件

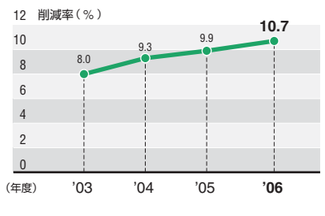
工場排出物の減量化

生産量の増加に伴い排出量が増加したため、目標を達成することができませんでした。2007年度は関連部門参加による「減量化会議」等を通じ、活動の強化を図ります。



包装材料の削減

建築現場における廃棄物発生量の削減を目的として、「3R」を原則としたTOTO独自の包装設計ガイドラインを策定し、積極的に包装材料の削減に取り組んでいます。
（2005年度比 161 t／年削減）



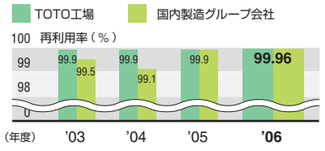
土壌汚染対策法への対応について

TOTOでは「土壌汚染対策法」の主旨を尊重し、自主的に全工場について土壌調査を実施していましたが、茅ヶ崎工場で、土壌・地下水からトリクロロエチレンが環境基準値を超えて検出されたため、2005年4月茅ヶ崎市に報告するとともに、ホームページに公表いたしました。2005年5月より浄化設備等設置工事を行い、2005年9月より土壌・地下水の浄化を開始し現在継続中です。

詳細・最新情報をホームページでお知らせしています。
http://www.toto.co.jp/company/kankyo/

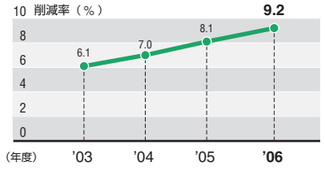
工場排出物の再利用

2006年度はサーマルリサイクル（熱利用）からマテリアルリサイクル（再資源化）への推進に取り組んできました。廃プラスチック、古紙の分別強化により有価物化が図れ、廃棄物の削減にもつながりました。2007年度も引き続き、マテリアルリサイクルをさらに強化していきます。



輸送燃料の削減

CO_2排出量の削減を目的として、輸送燃料の削減に取り組んでいます。モーダルシフトや積載効率の向上、輸送会社様、販売代理店様と連携した輸送の効率化などを推進しています。
（2005年度比 35kℓ／年削減）



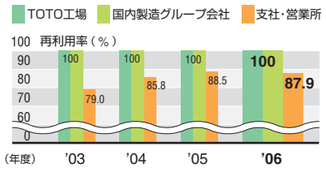
ゼロエミッション

TOTO工場および国内製造グループ会社（21拠点）すべてにおいてゼロエミッションを達成しています。今後もゼロエミッションの継続と一層の減量化対策に取り組んでいきます。

TOTOゼロエミッション定義
- 工場から排出する一般廃棄物、産業廃棄物の埋め立て（単純焼却を含む）を限りなくゼロに近づける。
- 限りなくゼロの数値目標は、再利用率を99%以上とする。

古紙分別回収によるリサイクル推進

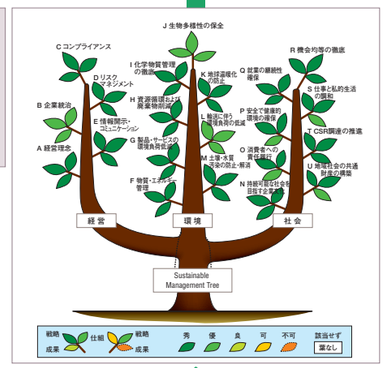
TOTO工場および国内製造グループ会社は目標を達成していますが、支社、営業所は未達でした。2007年度は未達の支社、営業所において重点的に推進していきます。



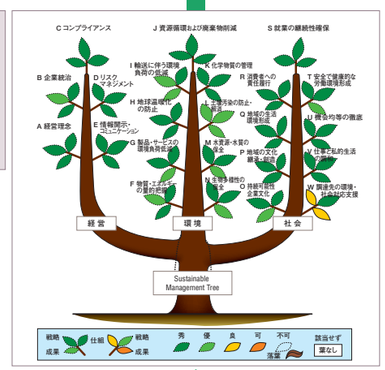
2006年度サステナブル経営格付の結果

TOTOグループでは、CSR経営の推進状況を客観的に評価する指標として、NPO法人環境経営学会・環境経営格付機構*の「サステナブル経営格付」を受審しています。サステナブル経営格付は、経営、環境、社会の3分野における21の評価項目について、それぞれ戦略、仕組み、成果の3要素から評価を行い、その結果を樹木の葉の色で表現するものです。
2006年度、TOTOは、国内および、海外のグループ会社とともに、「全連結企業」という範囲で受審しました。
このたび、評価結果が発表されましたのでご報告いたします。

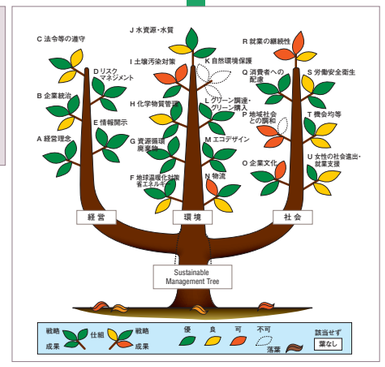
2005年度
TOTOおよび主要なグループ会社(7社)で受審



2004年度
TOTO単体で受審

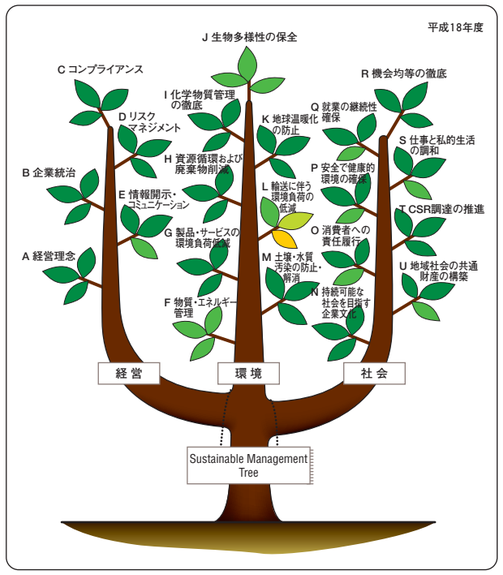


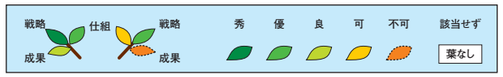
2003年度
TOTO単体で受審



2006年度サステナブル経営格付結果・サステナブルツリー

TOTOおよび国内グループ会社(33社)、海外グループ会社(15社)で受審





所見(「サステナブル経営格付2006総合評価書」より抜粋)

総合評価

第2回のサステナブル経営格付においては「持続可能な水準」の見直しを行い、水準のレベルを上げましたので参加企業の評価結果は昨年よりも大幅に下がっております。それにもかかわらず貴社は最終評価結果が94.3%(昨年度は95.2%)となり、レベルが非常に高いと評価されました。ヒヤリングにおきましては、傘下のグループ会社が30社以上出席され、それぞれ資料を用意され、4名の格付評価委員の質問にも明確に回答されるとともに遺漏なくエビデンスを示されました。貴社がいかにサステナブル経営に積極的かつ意欲的に取り組んでおられるかがよくわかりました。
貴社の取り組みは、サステナブル経営の経営、環境、社会の夫々の分野で高い対応状況を示しておりますが、同時に、戦略、仕組み、成果の各段階でも満遍なく高い評価となっており、生物多様性の保全、輸送にともなう環境負荷の低減などの側面で一層の努力が求められるほかは、全体としてバランスのとれた取り組みであると評価されました。
こうした結果は、毎年、格付を受審され、弱点とされる側面を改善されてきたグループ会社を含む貴社全体の真摯な取り組みが実を結んでいるものと考えます。今後ともこの姿勢を堅持され、今回点数が低かった項目の改善を期待いたします。

＊NPO法人環境経営学会／環境経営格付機構　http://www.smri.jp

発行によせて

株式会社 創コンサルティング
代表取締役 海野 みづえ

環境・CSR分野についての経営のあり方について、総合的なコンサルティングを行っている。企業の価値観こそがCSRの根幹であり企業価値を高める、という基本姿勢のもとに、独自の分析眼でCSRマネジメントの推進を展開中。

TOTOのCSR活動も3年間の導入期を終え、着実に業務のさまざまな面で根付いてきています。昨年のコメント内容にも積極的に取り組まれ、改善の成果がみられています。2007年は創立90周年を迎える節目ですので、一層CSR活動を継続・発展されていくことを期待いたします。

● ステークホルダーとのコミュニケーション

一般顧客と地域とのダイアログを継続して行うことでステークホルダーの声を取り込み、さらに報告書で「ステークホルダーからの意見」として掲載しているため、彼らへの対応がより明快です。一般顧客についてはダイアログの相手が毎年変わるため、内容の継続性について再検討が必要と考えます。
サプライヤーに対しては、一昨年のヒヤリングから昨年はダイアログへとコミュニケーションを深めています。今後はここで話し合われた課題を整理し、これを改善指標の形にしてサプライ・チェーン管理のなかで実践・ビジュアル化するよう展開してください。

● 海外の活動報告を含む

2006年度の展開として中国やベトナムの活動内容が加わり、海外のカバレッジも徐々に増えています。まず活動を紹介して現地の意欲を高めているところですが、海外に特有の課題も見られるはずです。成功している事例の紹介だけでなく、避けられない課題についての今後の姿勢も求められます。

● 指標化による成果の把握

パフォーマンス指標の導入は昨年提案した改善点であり、随所で指標による把握がされてきました。しかし、経営管理の成果把握として活用する指標とステークホルダーの要請に対する情報開示のための指標が混在しているようです。経営に結びつく主要パフォーマンス指標(KPI)をもう少し絞り、その活動を時系列で評価して達成度合いと取り組んだ具体的な活動の内容がわかる、このような報告が今後は望まれます。

● 人材マネジメント

前回指摘した非正規職員については、ステップアップ制度を導入したことが大きな改善です。これからは、この制度をどれだけ運用していくかの成果が問われます。その意味で現在の合格者95人が今後どう発展していくかを見ていきたいと思います。「きらめき活動」は、TOTOが最も力を入れまた成果も表れてきたテーマでしょう。今後は女性の登用・採用だけに目を向けるのではなく、女性の強力化がどれだけ事業の戦力になり成果につながったかを社内外に説明できることが重要です。CSRに取り組むことが経営戦略上もプラスになるという事例です。

● グループ会社へのCSR経営の展開

2006年度の大きな成果は、海外を含めグループ全体でCSRを推進するためのCSR評価体制を導入したことです。本社サイドの一律の評価でなく、職種機能別に評価基準を特徴づけたことで、実際にこれを使う各社で納得いくものに落ちてきているようです。今後もぜひ継続してください。

● コミュニケーション手法としての報告書とウェブサイトの活用

CSR報告については、「あらゆる分野の活動の実状を広範に記載する」ことから、「事業に関連するパフォーマンスに絞った要点を冊子、詳細な情報や事例はウェブサイトや別の冊子で発信する」という試みが始まっています。多様なステークホルダーの声を十分に反映させる一方で効果的なコミュニケーションも必須であり、今後は報告手法のバラエティを考慮していくことを薦めます。これは、CSR活動そのものにメリハリをつけることにもつながります。「誰のための、何のための」報告書かを、読者とともに再検討する時期といえるでしょう。
方針や体制などすでに構築した取り組み、本年度に行った特筆すべき成果、継続して行っている活動の事例紹介、というように現在の報告書には各種のレベルが混在しているので、これを整理し直すことにもなります。そして、報告書がTOTOの事業活動のなかでCSRがどのように統合されているか、フォーカスできる内容になることを期待します。

人の暮らしにとって欠かせないものに「水」があります。人種や地域、歴史や文化の違いはあってもこの水と人との関わりは、深く切実なものです。しかし「水の惑星」といわれる地球では、淡水のほとんどが、南極と北極の氷という形で存在し、人が使える川や湖の水は全体の0.01%にすぎません。TOTOは節水技術を通じて大切な水質資源の有効利用を追求し、快適で豊かな暮らしの実現に努めます。

TOTOグループ 社会的責任報告書 2007
2007年6月発行（次回発行予定：2008年6月）

TOTO株式会社　CSR企画室
お問い合わせ先：〒802-8601　福岡県北九州市小倉北区中島2丁目1-1
TEL: 093-951-2036　FAX: 093-952-3173
ホームページ: http://www.toto.co.jp/

水まわりからCO2を減らそう。
チーム・マイナス6%

R100

PRINTED WITH SOY INK

この報告書はエコマーク認定の100%の再生紙を使用し、大豆油インキで印刷されています。
NO.1189